



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



UNIÓN EUROPEA
UNIÃO EUROPEIA

albufeira

PLAN DE COMUNICACIÓN



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE
DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA



apa agência portuguesa do ambiente



CEDEX
CENTRO DE ESTUDIOS Y SUPERVISIÓN DE OBRAS PÚBLICAS



INSTITUTO SUPERIOR DE AGRONOMIA
Universidade de Leiria



POLITÉCNICO DE LEIRIA



INDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción.....	4
2. Albufeira.....	5
3. Objetivos.....	8
4. Ámbito de actuación.....	11
5. Destinatarios.....	12
6. Estrategia.....	15
7. Mensaje.....	16
1.1. <i>Posicionamiento.....</i>	<i>17</i>
1.2. <i>Claim.....</i>	<i>18</i>
1.3. <i>Mensajes esenciales.....</i>	<i>18</i>
8. Estrategia creativa.....	20
9. Plan de acciones.....	21
1.4. <i>Dirección de comunicación.....</i>	<i>21</i>
1.5. <i>Comunicación corporativa.....</i>	<i>21</i>
1.6. <i>Comunicación interna.....</i>	<i>23</i>
1.7. <i>Comunicación externa.....</i>	<i>25</i>
1.1.1. Web.....	25
1.1.2. Redes sociales.....	27
1.8. <i>Relaciones públicas y gabinete.....</i>	<i>29</i>
1.1.3. Gestión de medios.....	29
1.1.4. Relaciones públicas.....	30
1.1.5. Publicidad.....	31
10. Responsables.....	32
11. Cronograma.....	34
12. Indicadores.....	35
13. Presupuesto.....	38
14. Evaluación.....	39



Interreg
España - Portugal

Fundo Europeo de Desenvolvemento Regional
Fundo Europeu de Desenvolvemento Regional



albufeira

15. Normativa: responsabilidades en la comunicación.....	40
---	-----------



1. Introducción

En una sociedad en la que todo comunica, la comunicación se convierte en una herramienta clave para dar a conocer el valor, llegar a los públicos y visibilizar los resultados. Dependiendo de ella en gran medida el impacto del proyecto.

La comunicación es un elemento transversal en los proyectos europeos. Desde la Unión Europea esta dimensión adquiere cada vez mayor relevancia, sabiendo que lo que no se comunica no existe, y la necesidad dar a conocer el valor creado. Poniéndose especial énfasis en que se acerque a la ciudadanía el valor de la cooperación transfronteriza europea y las acciones de protección y aprovechamiento sostenible de las cuencas hidrográficas de nuestro territorio. Surge por tanto la necesidad de definir un plan de comunicación que cumpla con la obligación de difundir las actividades y acciones que se llevan a cabo, transmitir e implicar en las necesidades del medio ambiente, y de contribuir a la comunicación a la ciudadanía.

Este plan pretende ser un manual y una guía estratégica que marque las líneas generales del proyecto *Albufeira* en lo que respecta a **qué contar** (mensaje) y **cómo contarlo** (acciones). Su estructura se puede agrupar en tres apartados:

- Estrategia: objetivos, ámbito de actuación, público y estrategia.
- Operativa: plan de acciones y cronograma.
- Control: responsables, indicadores, evaluación, presupuesto y normativa europea.

2. Albufeira

El proyecto “Programa de evaluación de las masas de agua de las cuencas hidrográficas hispanoportuguesas”, en adelante *Albufeira*, está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020 y se extiende del 1 mayo de 2019 al 31 de octubre de 2021.

Albufeira es un proyecto de ámbito territorial plurirregional, que abarca áreas de cooperación del Espacio POCTEP a lo largo de la frontera hispanoportuguesa, con ámbito de acción sobre las masas de agua fronterizas y transfronterizas superficiales en las 4 demarcaciones hidrográficas: Miño-Sil, Duero, Tajo y Guadiana.

Su objetivo es definir conjuntamente, por ambos Estados, una metodología de seguimiento que pueda implementarse en las demarcaciones hidrográficas internacionales. Su contenido es complementario a otras iniciativas de cooperación europea o en el marco del LIFE que se están impulsando tanto por la APA como por las Confederaciones Hidrográficas.

En el proyecto participan 5 socios de España y Portugal:

- España: Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico, y el Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas.
- Portugal: Agência Portuguesa do Ambiente, Instituto Politécnico de Leiria y el Instituto Superior de Agronomía da Universidade de Lisboa.

El objetivo temático del proyecto Albufeira se enmarca en mejorar la coordinación de las acciones para promover y proteger el buen estado de las masas de agua compartidas entre España y Portugal para su protección y aprovechamiento sostenible.

Entre los **objetivos principales** del proyecto, encontramos:

- Mejorar el conocimiento del estado o potencial ecológico de las masas de agua transfronteriza en base a criterios comunes que permita también la evaluación conjunta del grado de conservación de las especies y hábitats vinculados al medio acuático en dichas masas.
- Mejorar la coordinación, optimizar las metodologías de trabajo y los recursos disponibles por las administraciones implicadas en la gestión y planificación hidrológica, y mejorar las herramientas de gestión conjunta de los recursos naturales transfronterizos.
- Dar a conocer y sensibilizar sobre la importancia de los recursos hídricos en el espacio transfronterizo como riqueza conjunta que es necesario proteger y aprovechar de forma sostenible.

Para conseguir estos objetivos principales, se establecen los siguientes **objetivos específicos**:

- Mejorar el intercambio de información y las capacidades entre los grupos destinatarios implicados en el seguimiento del estado o potencial ecológico de las masas de agua de las cuencas transfronterizas y en la gestión de la Red Natura 2000 en espacios transfronterizos.
- Difundir el trabajo de coordinación realizado y el compromiso hispanoportugués en materia de cooperación en la protección y el aprovechamiento sostenible de las aguas de las Cuencas Hidrográficas Hispano – Portuguesas y la conservación conjunta de las especies y hábitats ligados a este espacio.
- Mejorar el conocimiento y sensibilizar sobre la importancia de la conservación de los ríos y las especies y hábitats dependientes de los mismos entre la población en general y especialmente entre las comunidades locales en donde se encuentran las masas de agua transfronterizas.



Las **actividades** previstas en el proyecto son seis, 4 a nivel externo y 2 a nivel interno:

- Actividad 1. Armonización de metodologías para el seguimiento del estado o potencial ecológico de las masas de agua.
- Actividad 2. Seguimiento del estado o potencial ecológico de las masas de agua para la valoración conjunta.
- Actividad 3. Mejora de la integración de los objetivos ambientales de la Directiva Marco del Agua y la Directiva Hábitats.
- Actividad 4. Sensibilización sobre la cooperación en cuencas hidrográficas compartidas.
- Actividad 5. Gestión y coordinación.
- Actividad 6. Comunicación.

Los **resultados** esperados del proyecto son:

- Recopilar la cartografía existente y adecuarla a las masas de agua.
- Revisar la bibliografía y análisis de los requerimientos ecológicos específicos de las especies.
- Elaborar una metodología que permita integrar los objetivos de la DMA y los objetivos ambientales de las zonas protegidas (Directiva Hábitats y otras directivas).
- Mejorar la coordinación de las acciones para promover y proteger el buen estado de las masas de agua compartidas entre España y Portugal para su protección y aprovechamiento sostenible.
- Armonizar las metodologías de evaluación del estado o potencial ecológico, y se definir los objetivos y medidas necesarias para alcanzarlos.
- Divulgar y difundir el Fondo y el Programa que financia la iniciativa, especialmente en acciones dirigidas al público y en las actividades sobre el terreno.

3. Objetivos

El plan de comunicación de *Albufeira* tiene como **objetivo general** la valorización y difusión del proyecto y del Programa del Fondo que lo cofinancia. Para ello se identifican dos vertientes diferenciadas: la interna y la externa.

Por lo que se refiere a la vertiente interna del plan, esta obedece a un criterio de información operativa, y el objetivo de comunicación es:

- Garantizar el flujo constante de información entre los socios.
- Sistematizar la comunicación entre los socios, creando, habilitando y alimentando las vías de comunicación internas que permiten el intercambio eficaz de información y documentación.

En cuanto a la vertiente externa, esta obedece a criterios de promoción, valorización y transparencia, los objetivos perseguidos podemos agruparlos en cuatro ámbitos, desarrollar una buena imagen, generar un posicionamiento concreto, desarrollar una comunicación notoria y garantizar la visibilidad europea. En concreto los objetivos marcados son los siguientes:

IMAGEN:

- Definir la identidad de *Albufeira* y sus aplicaciones. Garantizar la homogeneidad en la utilización de la marca generando una imagen positiva.
- Garantizar el cumplimiento de la normativa europea y del programa en materia de imagen y publicidad.



POSICIONAMIENTO:

- Diseñar un mensaje común, claro/directo/simple y atractivo para la comunicación de *Albufeira* adaptable según el canal, público objetivo y ámbito de actuación. Un mensaje que permita dar visibilidad al proyecto, con énfasis en la coordinación y cooperación entre el territorio hispanoportugués para la protección y aprovechamiento sostenible de las aguas de las Cuencas Hidrográficas hispano-portuguesas y la conservación conjunta de las especies y hábitats ligados a este espacio.

COMUNICACIÓN:

- Difundir e informar en todo momento las actividades de inicio, desarrollo y resultados de Albufeira, generando la mayor notoriedad posible
- Generar interés y mejorar el conocimiento entre grupos diana, con el fin de que se conozcan y valoren las iniciativas y los beneficios proporcionados por la aplicación y cooperación de acciones de impacto positivo en las cuencas hidrográficas hispanoportuguesas.
- Generar un diálogo e intercambio entre los públicos objetivos a través de diferentes canales de comunicación.
- Difundir y valorizar los resultados y buenas prácticas sostenibles, mostrando sus bondades y su utilidad en la Eurorregión con la finalidad de transferir los resultados.
- Difundir, sensibilizar, e incluso educar, sobre la importancia de los recursos hídricos en el espacio transfronterizo como riqueza conjunta que es necesario proteger.

VISIBILIDAD EUROPEA Y DE LA COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA:

- Mantener informados a los socios sobre las acciones comunes y las obligaciones en materia de comunicación de la Unión Europea.

- Publicitar la cofinanciación recibida para apoyar la transparencia en la gestión de los fondos comunitarios y su adecuada utilización.
- Reforzar la visibilidad de la Unión Europea, del Programa INTERREG V-A España-Portugal (POCTEP) y de las entidades que forman parte del proyecto, promocionando la cooperación transfronteriza como un elemento fundamental del proyecto.
- Facilitar la sostenibilidad de la comunicación de los resultados una vez finalizado el proyecto y en ausencia de cofinanciación europea.

4. Ámbito de actuación

Albufeira se localiza en la zona transfronteriza España – Portugal. Esta área de intervención está formada por 4 demarcaciones hidrográficas internacionales, que abarcan territorio hispanoportugués: DH Miño-Sil, DH Duero, DH Tajo y DH Guadiana. En concreto los territorios sobre los que se ubica el proyecto en España son Galicia, Castilla y León, Asturias, Cantabria, Castilla La Mancha, Extremadura, La Rioja, Madrid y Andalucía. En Portugal las regiões Norte, Centro, Área Metropolitana de Lisboa, Alentejo e Algarve.

De esta manera, el proyecto se comunicará con carácter prioritario en las zonas de actuación y de manera secundaria en toda España y Portugal. Así mismo, Albufeira también quiere hacer extensible el conocimiento e interés del proyecto a cualquier ámbito relacionado con las temáticas del proyecto y con un carácter más amplio, por ello el ámbito de actuación también se extenderá a nivel internacional, aunque con menor intensidad.

5. Destinatarios

El éxito de la comunicación del proyecto dependerá en parte de la participación de los públicos a los que se dirige. En este sentido resulta una de gran relevancia la identificación y detalle de cada grupo de destinatarios.

Podemos identificar dos tipos de públicos estratégicos, los públicos directos, que son prioritarios, y los públicos indirectos o secundarios. Así mismo, se debe diferenciar entre las audiencias generales y las específicas.

A continuación, se identifican cada uno de los destinatarios del proyecto.

Públicos prioritarios:

El proyecto encuentra como público prioritario a los equipos técnicos y de investigación, del propio proyecto o externos, interesados en los avances realizados en las diversas demarcaciones hidrográficas, así como peritos y técnicos que necesiten conocer y aplicar los indicadores de calidad para el desarrollo de sus proyectos, como puede ser un estudio de impacto ambiental.

Empresas relacionadas con el medioambiente, especialmente las dedicadas a los estudios de impacto ambiental, o cuya actividad dependa o esté relacionada con las demarcaciones hidrográficas.

Centros tecnológicos, especialmente aquellos vinculados a la investigación hidrográfica.

Los propios socios del proyecto son un público principal de la comunicación, en tanto en cuanto pueden desarrollar una gestión relacional para abarcar a los públicos anteriormente citados.

En este ámbito también deben incluirse los responsables de la gestión y coordinación del programa Interreg POCTEP.

En este bloque de públicos prioritarios, por tanto, se incluyen destinatarios externos e internos de la comunicación.

Públicos secundarios:

De manera amplia el target se encuentra en:

- Población comprometida: cualquier persona concienciada con el medioambiente, la sostenibilidad y el cuidado del medio, flora y fauna, y especialmente la población que habita/depende de los recursos hídricos en los cuales se desarrolla el proyecto, su público objetivo principal, (considerándose éstos los colectivos más comprometidos con el medio), al ver mejorada la información disponible sobre la calidad, riesgos e impactos, desde una perspectiva más amplia e incluyendo criterios ecológicos e hidromorfológicos, y concienciando y educando sobre el cuidado del medio que les rodea.

Como prescriptores y colaboradores se identifican:

- Asociaciones profesionales y clústers cuya actividad esté relacionada con el medio ambiente, la gestión hidrográfica o el medio sobre el que aplican sus actividades.
- Instituciones de educación: como parte concreta de la población en general, también se encuentra interés especial en los centros, institutos y facultades a las que se les puedan transmitir la importancia del cuidado del medio.
- Puertos y comunidades costeras: fomentar la sostenibilidad en zonas ligadas a demarcaciones hidrográficas.

Públicos generales:

Además, el Plan de Comunicación de Albufeira tendrá en cuenta otros públicos de carácter secundario y más global. En este caso, se incluye a la ciudadanía de la Eurorregión España- Portugal, a los medios de comunicación (agencias de

noticias, medios generalistas y revistas especializadas) y a las administraciones y entidades públicas locales, regionales y nacionales que juegan un papel en las actividades relacionadas con el medio del territorio.

6. Estrategia

Este apartado se refiere a la manera en que se llevan a cabo las acciones.

La estrategia de comunicación definida se **caracteriza** por diferentes aspectos:

- Ligada a las acciones del proyecto, siendo su desarrollo el que marca el eje comunicativo.
- Activa, al tener una orientación tanto interna como externa, cuya finalidad es optimizar y facilitar el flujo constante de información de manera clara.
- Integral, abarcará todo el ciclo de ejecución del proyecto, desde su lanzamiento hasta la presentación de resultados.
- Global, al estar coordinada bajo unos principios comunes a seguir por todos los socios, de modo que se optimicen recursos y esfuerzos.
- Mixta, apoyándose en un conjunto de acciones de comunicación on y offline, haciendo énfasis en el desarrollo de las redes sociales, y contenido digital, pero soportada a través de las relaciones con los medios de comunicación y otras acciones de marketing dirigidas a los públicos basadas en el capital relacional de las entidades participantes.
- Bidireccional, buscará el retorno y feedback en su desarrollo.

La comunicación que se va a llevar a cabo empleará un **estilo** próximo, cuidado, preciso y directo acorde a los públicos a los que se dirige. Se buscará la simplicidad que facilite la comprensión.

En relación con el **idioma** de comunicación se empleará con carácter general el español y portugués. Así mismo la web también estará disponible en inglés. Y en las redes sociales, además de español y portugués, se completará de manera ocasional con contenidos en inglés.

7. Mensaje

Se parte de la importancia de contextualizar el proyecto de manera que la comunicación cobre mayor relevancia, notoriedad y efectividad.

En Albufeira participan varias entidades de España y Portugal, por ese motivo, la homogeneidad en los mensajes y la unidad de la estrategia juegan un papel fundamental a la hora de garantizar el éxito.

Para diseñar el mensaje que se va a comunicar es fundamental entender cuál es el valor de éste para los destinatarios. De esta forma, se identifican los siguientes aspectos:

- **Racionales:** basados en las características tangibles. En este caso, se encuentran las entidades socias, las metodologías, los programas diseñados... aquellos elementos que permiten visibilizar el proyecto transfronterizo focalizado en las acciones de cooperación, intercambio de información y resultados, acciones de conservación y cuidado de las masas de agua transfronterizas.
- **Emocionales:** son elementos subjetivos que cada destinatario valora y busca encontrar. Por lo que respecta a este apartado, se asocian con el compromiso con el medio ambiente, el contacto con el mundo natural, la flora y la fauna, el interés en estrategias e investigaciones que fomenten el crecimiento sostenible, la ecología... Son precisamente estos aspectos sobre los que construimos la marca con la que conectamos con el público objetivo.

Albufeira se asocia a los **valores principales** de:

- Compromiso
- Cooperación
- Protección y conservación



- Sostenibilidad
- Sensibilización

La marca se asociará en todas las actuaciones que se van a llevar a cabo, pensando en ellos a la hora de escoger los medios, diseños... y, en definitiva, el cuidado y detalle en todas las cosas que se van a hacer.

1.1. Posicionamiento

El posicionamiento deseado para el proyecto responde a las siguientes cuestiones:

Albufeira es

un proyecto de cooperación plurirregional liderado por entidades de la Eurorregión España - Portugal en el marco del INTERREG V-A España – Portugal (POCTEP) 2014-2020

que busca

mejorar el conocimiento, aumentar la coordinación y maximizar la difusión y sensibilización sobre los recursos hídricos compartidos y sus especies y hábitats

debido a

la necesidad de avanzar en la implantación conjunta y coordinada de acciones y una metodología común de seguimiento entre España y Portugal

para

promover y proteger el buen estado de las masas de agua compartidas de las cuencas hidrográficas del Miño-Sil, Duero, Tajo y Guadiana y sus ecosistemas asociados.



1.2. Claim

Un claim, slogan o mensaje principal es la expresión resumida del valor, posicionamiento y/o aspecto diferencial del proyecto. El proyecto se centra en el trabajo conjunto y la coordinación de España - Portugal con la finalidad de mejorar y proteger la riqueza de las demarcaciones hidrográficas compartidas, a través del conocimiento de su situación, el estudio y el análisis de todas las variables y el medio que las rodea. Es precisamente esa cooperación lo que diferencia a este tipo de proyecto, que promueve además la comunicación fluida entre regiones con un objetivo común, lo que fortalece y facilita las acciones hacia un aprovechamiento sostenible que valora y tiene en cuenta el hábitat y la biodiversidad de cada una de las masas.

De esta manera el mensaje principal del proyecto, la esencia de este y la frase que resume su posicionamiento, se concreta en:

***Se proponen 3 alternativas**

“Una cooperación que fluye”

“Cooperar para conocer”

“Protegiendo nuestras masas de agua”

Este mensaje se empleará en castellano, portugués o inglés y acompañará los diseños de los materiales.

1.3. Mensajes esenciales

Se recogen a continuación cinco principales mensajes asociados al proyecto para su difusión a través de los diferentes canales y soportes y de forma que se asegure que en las acciones periódicas se vayan trasladando:



Mensajes principales
Programa de cooperación entre España y Portugal para la protección, promoción y valorización de las masas de agua superficiales compartidas: Miño-Sil, Duero, Tajo y Guadiana.
Avanzando en la implantación conjunta y coordinada de acciones entre España y Portugal para promover y proteger el estado de las masas de agua compartidas.
Trabajando de forma conjunta para mejorar el conocimiento, la coordinación y la sensibilización de las aguas compartidas entre España y Portugal.
Compromiso hispanoportugués para el aprovechamiento sostenible de los recursos hídricos compartidos, especies y sus hábitats.
Itinerario de metodología, herramientas de gestión y seguimiento de acciones para la protección y aprovechamiento sostenible de las demarcaciones hidrográficas hispanoportuguesas.

El lema “Una manera de hacer Europa” de referencia a la cofinanciación por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER, también deberá incluirse de forma destacada en los materiales y en la comunicación, pero separado del mensaje principal del proyecto. Este mensaje se acompañará de la frase “Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020.”

De igual manera, en aquellos soportes tipo web, publicaciones se deberán incluir el disclaimer de responsabilidad: “Las opiniones son de exclusiva responsabilidad del autor que las emite”.

8. Estrategia creativa

El aspecto visual de Albufeira se recoge en su estrategia creativa. Para su desarrollo se parte de la creación de un logo que represente el ámbito de actuación del proyecto a través de algún elemento vinculado, así como su tipografía y colores.

Para el desarrollo de la imagen se opta por los tonos azules-verdes vinculados al agua, con una tipografía redondeada y unas ondas que recuerdan el surco de los ríos. Se juega con dos tonalidades entrelazadas, representando la cooperación que cruza fronteras.



Logo del proyecto

A partir de esta imagen creada para representar la marca del proyecto, se desarrolla el estilo gráfico y la creatividad aplicada a los materiales. En la presentación gráfica se buscará un estilo sencillo y moderno que represente los valores y el posicionamiento del proyecto, así como conecte con el público al que se dirige.

De igual manera se incluye la disposición de los logos de los socios que se deberán incluir, siempre que el tamaño lo permita, en los materiales generados, cumpliendo en todo caso la normativa aplicable en referencia a la disposición, uso y tamaño.



Logos de los socios

9. Plan de acciones

El plan de acciones de comunicación recoge las medidas de información y publicidad que se pondrán en marcha durante la duración del proyecto, para dar a conocer sus actividades y contribuir a los objetivos de comunicación marcados.

Las actuaciones se efectuarán en torno a cinco dimensiones globales de la comunicación con la finalidad de desarrollar un enfoque estratégico e integral a la hora de desplegar la comunicación del proyecto.

1.4. Dirección de comunicación

La dirección de comunicación incluye la definición estratégica de la comunicación y la gestión de variables críticas tales como puede ser la comunicación de crisis. Bajo esta dimensión se recoge la elaboración del plan de comunicación y el seguimiento y evaluación de sus resultados.

1.5. Comunicación corporativa

Bajo la comunicación corporativa se resume la labor de *branding* o creación de marca.

Las acciones de comunicación corporativa que se han de desarrollar son las siguientes:

- Definición de **identidad gráfica**, a partir del naming “Albufeira”, se crea un logo del proyecto que conviva con las marcas del programa y los socios. A partir de este diseño se desarrollará una imagen única y representativa de Albufeira.
- Tras la definición de la identidad se creará el **Manual de identidad corporativa** y las aplicaciones a sistema de comunicación gráfica y

digital, así como de papelería básica (folio, carpeta portadocumentos, sello y firma de e-mail). Resulta especialmente necesario en este ámbito la generación de plantillas para la documentación que se desarrolle en el proyecto, disponiendo al menos de plantilla para documento y presentación.

Este manual contendrá un desarrollo pormenorizado de los siguientes aspectos:

- **Uso de imagen**
 - Espacio vital de la marca
 - Colores secundarios o variantes de color
 - Inversiones de color permitidos
 - Aplicación de la marca sobre imágenes
 - Usos incorrectos de la marca
 - Tipografía
- **Aplicaciones a sistema de comunicación gráfica y digital**
 - Folletos informativos
 - Catálogos/publicaciones (formato libro/revista)
 - Anuncio lona colgante
 - Inserciones publicitarias en prensa: página completa/media página/faldón, banners web, perfiles redes sociales...
 - Sitio web/ y grafismos digitales en general
 - Paneles rueda de prensa

En todo momento en los materiales desarrollados junto con la presencia del logo Albufeira se incluirán también el del resto de entidades que conforman el proyecto. Esta pauta se seguirá en los materiales impresos y digitales. Cuando el tamaño del soporte no permita la inclusión de todos los logos, se incluirán solo el logo Interreg-Albufeira.

El manual recogerá en detalle la normativa para el uso del logo Interreg.

- Con el desarrollo del proyecto, y según necesidades, se elaborará **material promocional**, siguiendo la imagen y normas de comunicación del proyecto:
 - ✓ Folletos informativos online

- ✓ Presentaciones del proyecto
- ✓ Cartel descriptivo general
- ✓ Plotter
- ✓ Banner
- ✓ Diseño de cabecera para web y redes sociales
- ✓ Diseño web
- ✓ Modelo mailing
- ✓ Creatividades publicitarias
- ✓ Merchandising

1.6. Comunicación interna

Esta dimensión es una variable importante para asegurar la homogeneidad y el correcto desarrollo de la estrategia en las diferentes zonas de actuación.

Es necesario sistematizar y estructurar la comunicación entre los socios ya que de ella dependerá en parte una gestión y ejecución del proyecto eficaz y transparente. Por lo tanto, es necesario mantener informados a los socios sobre las acciones comunes y las obligaciones, así como realizar un seguimiento y una evaluación.

Entre las herramientas y acciones de comunicación a nivel interno que recomiendan, se identifican:

- **Reuniones internas** entre los socios; concretamente se propone una reunión cada trimestre o según necesidades.
- **Plataforma en la nube:** para acceder a contenidos comunes.
- **Herramientas de telecomunicación:** llamadas, correos electrónicos y videoconferencias.

Los socios son responsables de contribuir a la comunicación del proyecto, a través de **sus canales**. De esta manera se debe articular que contribuyan a maximizar la labor comunicativa del proyecto y de las acciones del resto de socios. En este sentido se han identificado, además de la web y su ámbito

relacional, los canales disponibles de cada socio para comunicar el proyecto en redes sociales:

- Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/mapagob/>
 - Twitter: <https://twitter.com/mitecogob>
 - Instagram: <https://www.instagram.com/miteco.gob/>
 - YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCSansZl-avIMvAeXMqF1M3A>
- Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas:
 - Twitter: https://twitter.com/CEDEX_es
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/laboratorio-de-interoperabilidad-ferroviaria/>
 - YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCgOFwclIK6LoznaCk7atwJg/featured>
- Agência Portuguesa do Ambiente:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/apambiente>
 - Twitter: <https://twitter.com/apambiente>
 - Instagram: <https://www.instagram.com/apambiente/>
 - Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCYdh12D4b0iv6kaOvw-gAOA>
- Instituto Politécnico de Leiria:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/politecnico.de.leiria>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/politecnicodeleiria/>
 - Instagram: https://www.instagram.com/politecnico_de_leiria/
 - Youtube: <https://www.youtube.com/c/Polit%C3%A9cnicodeLeiriaOficial>
- Instituto Superior de Agronomía da Universidade de Lisboa:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/isagronomia>
 - Twitter: <https://twitter.com/isagronomia>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/instituto-superior-de-agronomia/>

- Youtube: <https://www.youtube.com/user/institutoagronomia>
- Interreg-Poctep:
 - Facebook: <https://www.facebook.com/poctep/>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/poctep/>
 - Twitter: <https://twitter.com/poctep>
 - Youtube:
<https://www.youtube.com/channel/UCOTzMDuLdFEs9VNfg8q4Urg>

A través de los canales oficiales del proyecto se desarrollará una labor comunicativa, que deberá ser amplificada a través de los medios de los socios. En este sentido, se establecerán en los contenidos menciones de manera que cada socio pueda compartir ese contenido y dar a me gusta para aumentar el alcance y la difusión del proyecto.

De igual manera la comunicación interna conllevará la gestión de la comunicación con el **Secretariado Conjunto**, al que se le informará sobre el logo del proyecto, página web, redes sociales, así como cualquier publicación, divulgación en medios de comunicación o publicidad relevante del proyecto (noticias, notas de prensa, fotografías, reportajes, vídeos, etc.).

1.7. Comunicación externa

La variable de comunicación externa recoge aquellas acciones entorno a internet, el marketing y la publicidad con la finalidad de estar cerca y en contacto con el público objetivo.

1.1.1. Web

La web debe ser el centro de comunicación principal del proyecto, al que debe remitir el resto de las acciones de comunicación. Conllevará una doble función, informativa y documentativa:



- albergará un espacio propio para conocer el funcionamiento y las actividades desarrolladas en el *Proyecto Albufeira* y el programa que lo cofinancia
- servirá como repositorio de documentos y bibliografía

El dominio web será: www.poctepalbufeira.org, y la web estará disponible en tres idiomas: castellano, portugués e inglés.

El contenido se distribuirá en los:

- Sobre Albufeira: descripción del proyecto (presentación, objetivos, socios y financiación).
- Demarcaciones hidrográficas: identificando y describiendo cada una de las zonas hidrográficas: Miño-Sil, Tajo, Duero y Guadiana, incluyendo un mapa de localización de las principales masas de agua compartidas.
- Actividades y resultados: explicación de la metodología, seguimiento y objetivos, así como un apartado de sensibilización y otro documentativo donde se presenten los informes y entregables que se desarrollen durante la ejecución del proyecto.
- Biblioteca: glosario, normativa, informes y documentación asociada, así como un espacio de cartografía, inventario de especies, flora y fauna, y los distintos planes hidrológicos y bibliografía.
- Comunicación: noticias, eventos, materiales y galería de fotos.

La web incluirá los accesos a las redes sociales creadas y el contacto en la cabecera de la web.

La home estará diseñada para difundir y dar a conocer el proyecto, al mismo tiempo que se comunican las acciones del proyecto y ayudar a la captación de destinatarios. Además, contendrá el logo Interreg visible al llegar al sitio web (sin que el usuario tenga que desplegar toda la página, es decir, sin hacer scroll).

A través de la página web se actualizará la información del proyecto y se garantizará el acceso a todos los productos y realizaciones alcanzados.

Además, en las webs oficiales de cada socio se incluirá información sobre el proyecto y un banner que enlace con el portal.

1.1.2. Redes sociales

Para trasladar la comunicación sobre el proyecto *Albufeira*, además de comunicar a través de los canales de los socios en las redes sociales, se crearán páginas y perfiles específicos.

Para la creación de las redes sociales se generará primero una cuenta del proyecto tipo socialmedia@pocstepcalbufeira.org a través de la que se crearán las páginas y cuentas en las redes sociales, concretamente en Facebook y Twitter, y se creará así mismo una cuenta en YouTube que albergará los materiales audiovisuales que se vayan generando de las actividades del proyecto.

Para los tres casos se crearán bajo el nombre del proyecto *Pocstep Albufeira*

La estrategia de contenidos para los tres canales será la misma, siguiendo una pauta del 60-40. Es decir 60% información del proyecto, sus actividades, avances y resultados, y otro 40% sobre la temática de proyecto y contenido de interés para los públicos.

Las temáticas afines al proyecto identificadas son: ríos y masas de agua, especies y hábitats vinculados al agua, naturaleza y Red Natura 2000, y el medio ambiente y la sostenibilidad.

A partir de los contenidos para Facebook se elaborarán los posts que se completen con otros retweets o contenidos de interés.

En cada red se publicará en los horarios de mayor audiencia.

En cuanto a la frecuencia de publicación, se adaptará a la dinámica de cada red. Siendo para Twitter diario y para Facebook semanal. Cuando se realicen reuniones o seminarios, las jornadas u otras actividades que permitan mayor generación de contenido o su “retransmisión” se ampliarán los contenidos que se generen.



En las publicaciones se mencionarán a los socios para buscar su amplificación e interacción, debiendo éstos compartir-retuitear los contenidos y dar a me gusta. Los contenidos del proyecto llevarán, siempre que se pueda, vínculo a la web para conseguir visitas.

Así mismo se mencionará cuando haya eventos e información sobre avances del proyecto a las cuentas de @poctep para lograr también la mayor difusión.

La labor, en especial en Twitter, buscará un efecto bidireccional, generando un diálogo en la red.

En todos los contenidos elaborados se incluirán hashtags. Siendo posibles los siguientes: #PoctepAlbufeira #CooperaciónEspañaPortugal #MasasdeAgua #EspaciosProtegidos #MiñoSilTajoDueroGuadiana

Red social	Contenido	Frecuencia	Idioma	Hastags
Twitter	Actividades del proyecto, resultados Contenido de socios Otros temas de interés	2 diarios 2 diarios 2 diarios	Español Portugués	Principales del proyecto: #PoctepAlbufeira #CooperaciónEspañ aPortugal #MasasdeAgua #EspaciosProtegidos #MiñoSilTajoDueroG uadiana Así como otras etiquetas en función de los contenidos.
Facebook	Actividades del proyecto, avances resultados Contenidos de socios Otros temas de interés	2 a la semana 1 a la semana		

Youtube	Se publicará a medida que se vaya generando contenido audiovisual		
---------	---	--	--

1.8. Relaciones públicas y gabinete

1.1.3. Gestión de medios

Se articulará un gabinete de comunicación que trasladará información a los medios de sobre las principales actividades de Albufeira.

Se elaborarán notas de prensa a medida que avance el proyecto o según las necesidades de este. En este caso, las notas pondrán en valor las actividades del proyecto y la labor colaborativa entre las regiones, así como cualquier otro aspecto destacable de los socios sobre el proyecto. Teniendo esto en cuenta, se enviarán notas de prensa a los medios de comunicación para:

- Dar a conocer la puesta en marcha del proyecto y la celebración de los diferentes seminarios.
- Dar a conocer la implicación de los organismos que integran el proyecto Albufeira.
- Explicar la metodología y actividades desarrolladas de forma coordinada entre España y Portugal para la protección y promoción de las cuencas hidrográficas compartidas.
- Difundir los informes científico-técnico, los estudios realizados y fomentar la transferencia de conocimiento.
- Dar a conocer las 4 demarcaciones internacionales compartidas, así como las masas de agua compartidas de ríos, embalses y aguas de transición.
- Informar sobre los resultados del proyecto.



Las notas de prensa se enviarán a las principales a los medios generalistas (prensa, radio y televisión) y también a las agencias de noticias. Se identificarán también medios especializados, entidades, redes y plataformas especializadas en la investigación y divulgación científica relacionadas con la política del agua, así como en el sector hidrográfico y en el ámbito de la investigación y protección del medio ambiente.

En todos los contenidos generados siempre se incluirá información que deje evidencia que es un proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POPTEC) 2014-2020.

Las notas creadas se enviarán a los socios para que a través de sus gabinetes propios puedan realizar también la labor de difusión y se maximicen los resultados.

Durante toda la labor de gabinete se elaborará un seguimiento de los resultados e informe de **clipping** de las notas enviadas para medir el impacto en los medios.

1.1.4. Relaciones públicas

Dentro del proyecto se desarrollarán eventos que permitan difundir y maximizar la visibilidad de Albufeira. Se realizarán:

- **Una jornada de difusión de inicio**
- **Cuatro seminarios científico-técnicos**
- **Un seminario de cierre del proyecto**

En torno a estos eventos y para conseguir la máxima difusión en cada seminario, se realizarán acciones de mail marketing y telemarketing para la captación de asistentes, que se podrán completar con otras acciones de comunicación, y con el impulso de la comunicación de cada socio. Así mismo en la organización de los eventos se deberán gestionar todos los aspectos que permitan una gestión

integral de cada acto: programa, ponentes, asistentes, materiales, difusión y recursos.

Esta acción, podrá completarse con la participación en foros, eventos y ponencias, en las que se pueda poner en valor las actividades del proyecto y sus avances, y así dar a conocer los beneficios de estos en el territorio hidrográfico.

1.1.5. Publicidad

Para dar a conocer los cuatro seminarios del proyecto se deberá realizar publicidad en prensa digital/escrita, que coincidirá con los seminarios científico-técnicos.



10. Responsables

Dentro del proyecto se definirá una persona responsable de la comunicación para cada socio, cuyas funciones serán la dinamización y la coordinación de las acciones conjuntas del proyecto, así como el seguimiento de las individuales de cada socio, garantizando así la coherencia y claridad. Cada socio a su vez podrá designar a una **persona encargada de la comunicación** de sus actividades del proyecto.

COORDINACIÓN	SOCIO	RESPONSABLE	CONTACTO
DGA	Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico	Belén Calleja	bcalleja@miteco.es
	Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas	Neftalí Roblas Moreno	Neftali.Roblas@cedex.es
	Agência Portuguesa do Ambiente	Dora Barros	dora.barros@apambiente.pt
	Instituto Politécnico de Leiria	Alexandre Soares	alexandre.soares@ipleiria.pt
	Instituto Superior de Agronomía da Universidade de Lisboa		



En la siguiente tabla se recogen las **entidades responsables** de la ejecución de cada una de las acciones del plan de comunicación:

DIMENSIÓN	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Dirección de comunicación	Plan de comunicación	DGA
Comunicación corporativa	Logo, manual y aplicaciones	DGA
	Material promocional	DGA
Comunicación interna	Reuniones y comunicación	Todos los socios
Comunicación externa	Web	DGA
	Redes sociales	DGA
	Publicidad	DGA
Gabinete y RRPP	Seminario de inicio	
	Seminarios científico-técnicos	
	Seminario de cierre	



11. Cronograma

		2021				2022				2023	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
DIRECCION DE COMUNICACIÓN											
	Plan de comunicación										
	Reporting										
	Evaluación final del Plan										
COMUNICACIÓN CORPORATIVA											
	Identidad corporativa, manual y aplicaciones										
	Material corporativo										
COMUNICACIÓN INTERNA											
	Comunicación interna										
COMUNICACIÓN EXTERNA											
	Web										
	Redes sociales										
	Publicidad										
RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETE											
	Gestión de medios										
	Eventos										



12. Indicadores

INDICADORES GLOBALES		Cantidad
DE REALIZACIÓN FINANCIERA		
Consumo presupuestario		100%
DE REALIZACIÓN FÍSICA		
Nº de Planes de Comunicación		1
Nº de logos y Manuales de Identidad		1
Nº de material papelería		
Folio		1
Carpeta		1
Sello		1
Firma de email		1
Plantilla PPT		1
Plantilla DOC		1
Merchandising		
Nº de material promocional		
Folleto		2
Presentación del proyecto		2



Plotter	8
Cartel	1
Modelo mailing	1
Creatividades publicitarias	4
Banner	
Cabeceras RRSS	
Diseño web	1
Nº reuniones internas	
Nº de webs	1
Nº de anuncios digitales	4
Nº de perfiles sociales creados	3
Nº de publicaciones en Facebook	252
Nº de tweets	2520
Nº de videos en Youtube	
Nº de notas de prensa	4
DE IMPACTO Y RESULTADO	
Nº de apariciones en medios de comunicación	16
Nº de inscritos en los eventos	150
Nº visitas web	3.000



Nº de personas alcanzadas por la publicidad	4.000
Nº seguidores Facebook	200
Nº seguidores Twitter	200
Nº visualizaciones Youtube	200



Según necesidades del proyecto



13. Presupuesto

La siguiente tabla recoge el presupuesto disponible para todas las acciones de comunicación del proyecto.

ACCIÓN	€
PLAN DE COMUNICACIÓN	
IDENTIDAD CORPORATIVA Y MATERIALES	
WEB Y REDES SOCIALES	
PUBLICIDAD	
GABINETE DE MEDIOS	
EVENTOS	
TOTAL	€

14. Evaluación

Se realizará en el marco del Plan de Comunicación una **evaluación final** de la estrategia implementada en este proyecto. Los resultados se recogerán y presentarán en un informe en el que deben constar, por lo menos, el grado de visibilidad y concienciación del proyecto Albufeira, así como el papel desempeñado por la UE bajo el programa INTERREG V-A España-Portugal (POCTEP).

La evaluación pretende medir el éxito de la ejecución y la eficiencia en la consecución de los objetivos definidos, y posibilitará identificar mejoras sobre la estrategia.

El grado de visibilidad del proyecto Albufeira será evaluado a través de las Estadísticas de visita y uso de la página web, así como la cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos.

15. Normativa: responsabilidades en la comunicación

Normativa de referencia en Información y Comunicación:

- Reglamento UE N° 1303/2013, artículos 115-117 (información y comunicación) y anexo XII, puntos 2.2-5 (responsabilidades de los beneficiarios).
- Reglamento de ejecución UE N° 821/2014, capítulo II, artículos 3, 4, 5 y anexo II - Características técnicas de las medidas de información y comunicación e instrucciones para crear el emblema de la Unión Europea y definición de los colores estándar, y Normas específicas e establecidas para la aplicación de la identidad gráfica del POCTEP 2014-2020.
- Reglamento de Ejecución UE N° 255/2019 (artículo 1)
- Reglamento de Ejecución UE N° 821/2014 (artículos 3, 4, 5 y anexo II),
- Estrategia de Comunicación del INTERREG V-A España- Portugal (POCTEP) 2014-2020.
 - Orientaciones y normas de información, comunicación y visibilidad para proyectos cofinanciados por POCTEP 2014-2020

Los detalles de la normativa de comunicación de la Unión Europea pueden consultarse a través del siguiente enlace <http://www.poctep.eu/es/2014-2020/comunicación>

A continuación, se recogen **normas de información y comunicación** responsabilidad de los beneficiarios en el marco del desarrollo de Albufeira.



- Todas las acciones y materiales de ICV realizadas en el marco de los proyectos cofinanciados aprobados en el marco del Programa, para no poner en riesgo la subvencionabilidad de los gastos correspondientes, deben incluir obligatoriamente el logotipo del Programa Interreg España-Portugal 2014-2020 en conjunto con el logo de Albufeira, según lo dispuesto en el manual de identidad corporativa.
- Solo en casos excepcionales, en artículos de promoción muy pequeños puede suprimirse la referencia al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
- En casos en los que sea imposible incluir el logo (textos, algunas publicaciones científicas, cuñas de radio, etc) deberá incluirse obligatoriamente la mención al Programa y al FEDER.
- Incluir en las páginas web de los beneficiarios información del proyecto: nombre y breve descripción (incluyendo el coste total y su financiación, calendario, socios...), objetivos y resultados (haciendo referencia a la ayuda financiera de la UE/FEDER/POCTEP).
- Se colocará un cartel informativo de tamaño mínimo A3 en un lugar bien visible para el público con información sobre el proyecto y la ayuda financiera de la Unión (por ejemplo, a la entrada de un edificio).
- En el caso de que se ejecute alguna operación de financiación de obras de infraestructura o construcción con ayuda FEDER superior a 500.000€, deberá colocarse un cartel temporal (“de obra”) de tamaño significativo en lugar bien visible para el público y cuyo modelo está disponible en el manual de identidad corporativa del proyecto.
- Una vez finalizada la operación el beneficiario deberá colocar, en lugar bien visible para el público, un cartel o placa permanente de tamaño significativo cuyo modelo está disponible en el manual de identidad corporativa del proyecto. El plazo para su colocación es de tres meses desde la finalización del proyecto.
- Llevar un registro cronológico de todas las acciones de Información y Comunicación realizadas, con ejemplos (fotografías, trípticos, etc.), en



formato papel/electrónico, de las mismas y de todos los materiales producidos, evidenciando los elementos de publicidad obligatorios.

- Incluir información sobre los resultados de las acciones de Información y Comunicación en los informes de evolución que acompañarán a cada solicitud de pago.

En el siguiente enlace se recoge un resumen de las principales normas de Información, Comunicación y Visibilidad (ICV) vigentes en el Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020 y constituye un complemento del manual de identidad corporativa y al manual de gestión de proyectos del Programa (versión 7/0772021).

https://www.poctep.eu/sites/default/files/orientaciones_normas_icv_es_07_07_21_web.pdf



Interreg
España - Portugal

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



UNIÓN EUROPEA
UNIÃO EUROPEIA

albufeira

Una manera de hacer Europa

Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
a través del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020



www.poctepalbufeira.org

