

MÓDULO 5:

Gestión de proyectos de investigación e innovación

Docente: Eva Garea Oya

*Técnica Superior de Relaciones Internacionales
Oficina de Proyectos Internacionales*

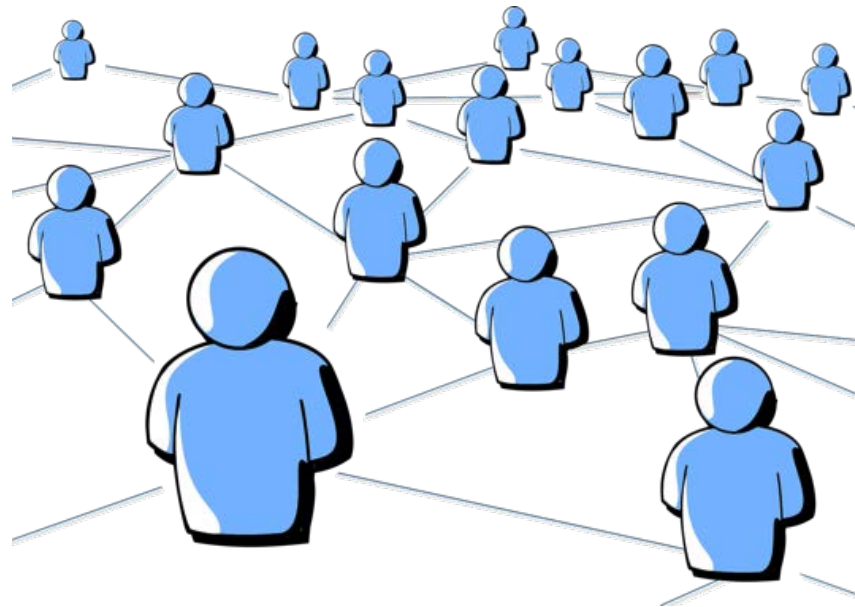
Universidad de Vigo



Universidad de Vigo



i) Comunicación y diseminación en proyectos europeos



Comunicación y disseminación en proyectos europeos

1. Aspectos generales

2. Herramientas de comunicación y difusión

- El plan de comunicación y difusión
 - Panel de control del plan de comunicación
 - El plan de comunicación tras la finalización del proyecto
 - Recursos y ejemplos de planes de comunicación y difusión
- Ficha informativa de proyectos
- El informe divulgativo (*layman's report*)
- Herramientas para logos / páginas web / *newsletters* / redes sociales
- Como ser un buen *Community Manager*
- Herramientas para materiales impresos
- Medios de comunicación
- Herramientas para realizar presentaciones
- Plataforma de resultados Erasmus+

3. Comunicación privada con los socios

4. Reparto de cargas de trabajo

5. Consejos generales

6. Buenas prácticas



1. Aspectos generales

¿Qué implica la comunicación?

Las actividades de comunicación y difusión de resultados son una vía para mostrar el trabajo realizado, dando a conocer los éxitos y resultados de un proyecto, con el propósito de maximizar su impacto.

Las actividades de comunicación deben formar parte de la propuesta, ya sea como un paquete de trabajo específico de comunicación o incluyéndolas en otro paquete de trabajo.

Las actividades de comunicación deben llamar la atención de los diversos grupos destinatarios sobre los resultados del proyecto.



1. Aspectos generales



Comunicación del proyecto

- ✓ Comienza al principio de la acción y continúa durante la totalidad de su ejecución
 - ➔ Se planifica estratégicamente.
- ✓ Identifica y establece objetivos de comunicación claros: especificando metas finales e intermedias, el impacto previsto y la reacción o el cambio esperado en el público destinatario.
- ✓ Es específica y adaptada a públicos que van más allá de la propia comunidad del proyecto, incluidos los medios de comunicación y el público en general.

1. Aspectos generales

Comunicación del proyecto

- ✓ Elige mensajes pertinentes (por ejemplo, la manera en que el trabajo de la acción tiene que ver con nuestra vida cotidiana o la razón por la que el público destinatario necesita estar al tanto de la acción).
- ✓ Utiliza los medios adecuados (por ejemplo, trabajando al nivel adecuado –local, regional, nacional o de la UE–, utilizando la manera adecuada de comunicar –intercambio unidireccional (sitio web, comunicado de prensa, folleto, etc.) o bilateral (exposiciones, visitas escolares, debates de internet, etc.)–, e incluyendo, medidas destinadas a lograr el compromiso de la opinión pública o la sociedad sobre cuestiones relacionadas con la acción).
- ✓ Es proporcionada a la escala de la acción.



1. Aspectos generales



Comunicación y difusión en Horizonte Europa / Horizonte 2020

La comunicación estratégica ayudará a dar a conocer el trabajo de investigación de forma efectiva entre los beneficiarios del proyecto a través de los actores implicados en su desarrollo.

Los mensajes adecuadamente enmarcados pueden ayudar a:

- Aumentar el índice de éxito de la propuesta (siempre que se disponga de un buen plan de comunicación y difusión).
- Llamar la atención de los gobiernos nacionales, autoridades regionales y otras fuentes de financiación públicas/privadas sobre la necesidad y los beneficios finales de la investigación.
- Atraer el interés de posibles socios.
- Animar a estudiantes y científicos con talento a unirse a los institutos y empresas asociadas del proyecto.
- Aumentar la reputación y visibilidad del proyecto y de las entidades participantes a nivel local, nacional e internacional.
- Ayudar a buscar financiadores o ejecutores industriales para explotar los resultados del proyecto.
- Generar demanda de mercado para los productos o servicios desarrollados.

2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación

El plan de comunicación y difusión debe establecer objetivos claros (adaptados a los distintos públicos destinatarios) e incluir la descripción y el calendario de cada actividad.


El Plan de Difusión deberá dar respuesta a las preguntas: por qué, qué, quién, a quién, cuándo, dónde y cómo se difundirán los resultados, tanto durante el período de implementación del proyecto, como después de su finalización. Por tanto, el plan permitirá llevar a cabo, de manera efectiva, una serie de actividades de comunicación y difusión de todos aquellos resultados que se pretenden alcanzar en el proyecto por parte de todos los socios.

Ejemplos de planes: proyecto Diamond Communication Plan



DI.3 DIAMOND Communication Plan

Project ref. no.	H2020-MG-0018-Single-Stage-INEA N° 824326
Project title	Revealing fair and actionable knowledge from data to support women's inclusion in transport systems.
Project duration	1 st November 2018 – 31 st October 2021 (36 months)
Website	www.diamond-project.eu
Related WP/Task	WP1 / T1.3
Dissemination level	PUBLIC
Document due date	31/03/2019 (M1)
Actual delivery date	31/03/2019 (M1)
Deliverable leader	ELRECAT
Document status	Submitted

 This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 824326



2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación

En la elaboración del plan de comunicación y difusión hay que tener en cuenta los siguientes elementos:

- Análisis D.A.F.O.
- Grupos destinatarios y *stakeholders*
- Actividades de comunicación y difusión
- Mensajes
- Responsables
- Objetivos
- Niveles de difusión (local, regional, nacional, internacional)
- Estrategia: tono y lenguaje, canales y herramientas
- Cronograma
- Indicadores de control y seguimiento / Evaluación
- Presupuesto
- Acceso libre a materiales
- Transferibilidad de resultados



2. Herramientas de comunicación y difusión

Panel de control del plan de comunicación

Para una ejecución eficiente del plan de comunicación, así como para poder mejor visualizar y gestionar el plan, es necesario tener una herramienta de control del plan.

¿Cómo crear un panel de control?

Seguir los siguientes pasos:

- ✓ Crear un mapa de los grupos meta que vincula las actividades generales del proyecto con estos grupos, sus intereses, opiniones y actitudes.
- ✓ Crear un mapa de actividades y herramientas de comunicación, que las vincula con las actividades generales del proyecto y los objetivos de comunicación.
- ✓ Crear una tabla en la que incluir:
 - Los objetivos del proyecto
 - Las actividades de comunicación
 - Los indicadores diseñados para cada actividad
 - Los grupos meta a los que impactan las actividades de comunicación

2. Herramientas de comunicación y difusión

Panel de control del plan de comunicación

- ✓ La tabla dispondrá de las siguientes columnas:
 - Actividad o producto del proyecto
 - Objetivo de comunicación
 - Indicadores de la actividad
 - *Targets* en la actividad
 - Actividad de comunicación
 - Herramientas de comunicación
- ✓ A continuación, a cada herramienta de comunicación se le debería asignar uno o varios responsables.
- ✓ La tabla debería incluir también las columnas correspondientes al número de trimestres del proyecto, indicando en cada una de estas columnas la actividad que se realizará en ese periodo y sus herramientas de comunicación.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Panel de control del plan de comunicación

Para el seguimiento de las tareas semanales, es recomendable emplear otra herramienta, por ejemplo una [hoja de cálculo](#) o un [programa específico de gestión de proyectos](#), que servirá para elaborar los listados de tareas necesarias y de esta manera crear las herramientas de comunicación.

En esta [hoja de seguimiento](#) se deberían incluir:

- Fecha inicio y fecha fin de las tareas
- Responsables asignados para cada tarea
- Estado de la tarea: hecho / pendiente
- La herramienta de comunicación a la que contribuye esa tarea (en una columna separada).

2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación tras la finalización del proyecto

La comunicación también asegura que los resultados, productos y conocimientos que haya generado el proyecto sigan aportando un valor añadido tras su finalización.

El máximo aprovechamiento de un proyecto es que se reutilice todo lo que ha generado para mejorar o innovar en soluciones aplicadas en otros proyectos del mismo o de diferente ámbito.

La transferencia de los resultados y su capitalización ha de ser un objetivo para todos los proyectos europeos y suele ser un componente obligatorio en las convocatorias de los programas de investigación tipo Horizonte Europa.



2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación tras la finalización del proyecto

Se recomienda redactar un **plan de comunicación post proyecto** para que todo el conocimiento pueda ser transferido y aprovechado al máximo por terceros.

Para ello:

- ✓ Preparar los conocimientos, productos y resultados del proyecto para ser transferidos a un público experto:
 - Trabajar con el equipo de comunicación para que la presentación de los resultados sea atractiva, clara y rigurosa.
 - Pensar en crear manuales o guías para transferir metodologías o memorias de procedimientos y resultados para transferir los productos.
 - Organizar o participar en eventos técnicos presenciales y virtuales en los que compartir los resultados con personas expertas en el ámbito del proyecto.
 - Participar en congresos, jornadas, seminarios, debates y ferias para difundir todo el conocimiento que ha generado el proyecto.

2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación tras la finalización del proyecto

- ✓ Facilitar el acceso a los productos del proyecto y a toda su información por diversos canales, especialmente por la web del proyecto
 - Crear una sección específica denominada **Resultados**.
- ✓ Realizar una posible propuesta de incorporación de los resultados en planes y políticas públicas, e incluso proponer cambios en normas y legislación:
 - Compartir estas propuestas con las Administraciones Locales y Nacionales, y con entidades y asociaciones que puedan tener interés en ello, con el objetivo de incluir las propuestas en su agenda de temas, como también en las de los medios de comunicación.
 - Convocar a los medios de comunicación e informarles de estas propuestas y de los eventos en los que se comparten



2. Herramientas de comunicación y difusión

El plan de comunicación tras la finalización del proyecto

- ✓ Si el proyecto es del ámbito científico o de investigación, hay que incluir en el plan de comunicación post proyecto el listado de artículos que se han publicado, indicando título, autores, resumen y publicación (o de inmediata publicación).
- ✓ La capitalización pública de los resultados ha de ser compatible con su protección, por ello se ha de informar en el plan de comunicación si se ha solicitado alguna patente o se ha registrado alguna marca.
- ✓ En el plan se tiene que indicar qué acciones, dónde y cuándo se realizarán, quién las ejecutará y qué financiación requieren.



RECURSOS Y EJEMPLOS DE PLANES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

- ❖ Comisión Europea: **Cómo comunicar tu proyecto**

<https://ec.europa.eu/culture/es/node/1211>

- ❖ **Comunicación y visibilidad en las acciones exteriores financiadas por la UE**

https://ec.europa.eu/international-partnerships/system/files/communication-visibility-requirements-2018_es.pdf

- ❖ **Kit de Comunicación: Agencia Nacional Erasmus+**

http://www.sepie.es/doc/comunicacion/sepie_kit_comunicacion.pdf

- ❖ **Communication Strategic Plan: Activate project:**

<https://ec.europa.eu/research/participants/documents/downloadPublic?documentIds=080166e5b15e10c9&appId=PPGMS>

- ❖ **Communication and Dissemination Plan, DIVA project:**

<https://www.projectdiva.eu/wp-content/uploads/2018/09/D6.1.-Dissemination-Communication-Plan.pdf>

- ❖ **Communication Plan, Eurobench project:**

<http://eurobench2020.eu/wp-content/uploads/2019/06/D8.3-EUROBENCH-Communication-Plan.pdf>

- ❖ **Communication Plan, Diamond project:**

https://diamond-project.eu/wp-content/uploads/2019/05/D1.3-Communication_Plan_vf_compressed.pdf

- ❖ **Communicating EU research and innovation guidance for project participants:**

https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-comm_en.pdf

https://ec.europa.eu/info/communicating-your-project_en

Comunicación oficial de la Comisión Europea: Cómo comunicar tu proyecto

*A continuación,
analizaremos el contenido
de este documento*



SEPIE: Kit de comunicación Erasmus+

DIFUSIÓN DE RESULTADOS DE
MI PROYECTO

*A continuación,
analizaremos el contenido
de este documento*



2. Herramientas de comunicación y difusión

La ficha informativa del proyecto

Desde el inicio de un proyecto, es importante elaborar una ficha informativa del proyecto. Se redactará de forma clara y concisa (en el idioma de las entidades socias y en inglés) e incluirá los principales datos e información del proyecto:

- Título del proyecto y su acrónimo o nombre.
- Programa, convocatoria y prioridad en la que se enmarca.
- Plazos relevantes (dependiendo de las fases del proyecto).
- Breve descripción de las entidades participantes en el proyecto: entidad coordinadora y socias.
- Datos de las personas de contacto en las diferentes entidades: nombre, rol, teléfono y e-mail .
- Breve descripción del proyecto.
- Cronograma conciso que muestre la distribución de las actividades y los hitos a lo largo del tiempo.
- Presupuesto y financiación: cantidad total y origen de los fondos con porcentaje de cofinanciación.

A lo largo de la vida del proyecto, la ficha se debería actualizar con nuevos datos relevantes de la implementación de las actividades.

2. Herramientas de comunicación y difusión

El informe divulgativo (*layman's report*)

El informe divulgativo (*layman's report*) es una herramienta indispensable de difusión de los resultados y beneficios del proyecto. Consiste en un resumen final con carácter informativo y suele estar exigido por los programas de financiación.

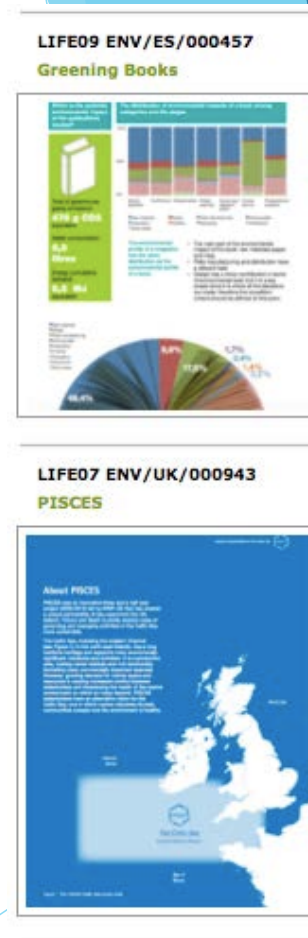
Su principal característica: está dirigido a personas que no son profesionales ni expertas en la materia del proyecto.

Es fundamental que:

- el informe divulgativo sea muy claro en cuanto al lenguaje que emplea, el esquema del documento y las ideas que explica.
- su diseño resulte atractivo y altamente comprensible.

Posibles destinatarios

- personas y autoridades del ámbito político
- periodistas
- ciudadanía en general



2. Herramientas de comunicación y difusión

El informe divulgativo (*layman's report*)

Aspectos a tener en cuenta para su elaboración

- *Recopilar toda la información sobre la metodología, los resultados, los beneficios y las principales conclusiones del proyecto:*
 - Entender bien y profundamente toda esta información para extraer lo importante.
 - Incluir las ideas más relevantes.
 - Intentar que el documento no se extienda a más de 10 páginas

2. Herramientas de comunicación y difusión

El informe divulgativo (*layman's report*)

Esquema del informe

No hay una forma única de hacer un esquema de informe divulgativo, pero debe contener al menos:

- Problema o reto: explicar en qué consistía el reto que origina el proyecto, de un modo breve y conciso para que se entienda su relevancia.
- Resumen del proyecto: explicar qué objetivos específicos ha tenido, qué actividades se han realizado y quien ha participado.
- Resultados del proyecto: esta es la parte central y clave del informe. Hay que explicar a personas no expertas los resultados y beneficios sociales, ambientales, técnicos o científicos obtenidos gracias al proyecto.
- Valor añadido para Europa: explicar por qué estos resultados suponen un beneficio para la sociedad europea.
- Información de contacto: incluir nombre de referencia, dirección, teléfono, e-mail y sitio web del proyecto

2. Herramientas de comunicación y difusión

El informe divulgativo (*layman's report*)

Diseño atractivo y altamente legible

- Portada atractiva: con los datos clave del proyecto (título, acrónimo, programa y convocatoria), con la identidad visual del proyecto, con una fotografía o ilustración de calidad y con un resumen muy breve del proyecto.
- Maquetación clara y que ayude a entender la estructura del informe y el contenido. Buen uso de tipografías: 2 tamaños (por ejemplo, 18 para títulos y 12 para textos), orden lógico y sencillo, uso de cajas de color, de los espacios en blanco, etc.
- Lenguaje claro y conciso. Una técnica que ayuda mucho a entender un informe es usar las preguntas para los títulos de las subsecciones. Por ejemplo, ¿Qué problema hemos querido resolver? ¿Cuáles han sido los resultados del proyecto?.
- Uso de imágenes, que ayuden a entender las ideas del informe, que sean de calidad, con permiso para usarlas y siempre con pie de foto con su fuente citada.
- Empleo de gráficos, sencillos y con un buen uso del color y de la economía de datos.

2. Herramientas de comunicación y difusión

El informe divulgativo (*layman's report*)

Buscar su máxima difusión

- El informe tiene que estar en inglés y en todos los idiomas del consorcio. Se pueden redactar versiones bilingües o por idiomas.
- El documento se tiene que difundir en la web del proyecto, en las redes sociales, en los medios de comunicación, a los gestores de comunicación del programa financiador y a todas las personas que hayan estado relacionadas con el proyecto.
- El formato del documento debería ser un archivo PDF accesible. Es conveniente utilizar este formato, dado que los buscadores lo indexarán al poder leer su contenido.

Ejemplos de layman's reports efectivos del programa europeo LIFE:

<https://ec.europa.eu/environment/archives/life/toolkit/comtools/analysis/laymans.htm>

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para logos / páginas web / *newsletters* / redes sociales

Los proyectos europeos deben impactar positivamente en las personas para lo que se necesitan actividades, herramientas y mensajes eficaces.

Las actividades están estrechamente relacionadas con los canales por donde se envían los mensajes. Para usar eficazmente las herramientas de comunicación y difusión, hay que pensar en los grupos meta a los que van dirigidos los resultados del proyecto.

En toda la acción de comunicación los mensajes son una clave muy importante. En su elaboración, se han de tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Que llamen la atención, despierten el interés y llamen a la acción.
- Que sean convincentes, persuasivos y entendibles.
- Que estén bien redactados.
- Y que hagan un uso inclusivo y no sexista del lenguaje.

Es importante asegurarse, consultando a la entidad financiadora, de que todas las acciones son financiables.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Logos

El logotipo del proyecto forma parte de la identidad visual corporativa del proyecto, junto con su nombre, acrónimo y un manual de aplicación de esa identidad visual en todos los formatos necesarios.

Un buen logotipo debe reflejar los valores del proyecto mediante el uso de formas, colores y tipografías. Su objetivo es inspirar confianza y reconocimiento y ayuda al proyecto a tener una identidad propia. Además, a la hora de diseñar el logo, hay que recordar que el logo va dirigido a un cierto público objetivo.

La simplicidad ayuda a que el logo sea fácilmente reconocible y memorable. Los diseños sobrecargados o complejos son más difíciles de asimilar. Para crear un logotipo simple deberíamos:

- Utilizar como máximo tres colores.
- Deshacernos de lo que no resulte estrictamente necesario.
- Elegir una tipografía fácil de leer.
- No usar efectos como degradados y sombras paralelas.



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para la creación de logos

Las siguientes aplicaciones online son válidas tanto para crear diseños y logos corporativos, como para coger ideas y realizar logos con otros programas de diseño gráfico más avanzados como Photoshop.

Todos estos programas son online. Algunos de ellos requieren de un registro previo el pago de un cierto importe y otros se pueden utilizar simplemente con acceder a su página web:

- LOGASTER: <https://logomaster.ai/es>
- GraphicSprings: <https://www.graphicsprings.com/es>
- YouiDraw: <https://site.youidraw.com/>
- Online Logo Maker: <https://www.onlinelogomaker.com/>
- Canva: <https://www.canva.com/>



2. Herramientas de comunicación y difusión

Canva

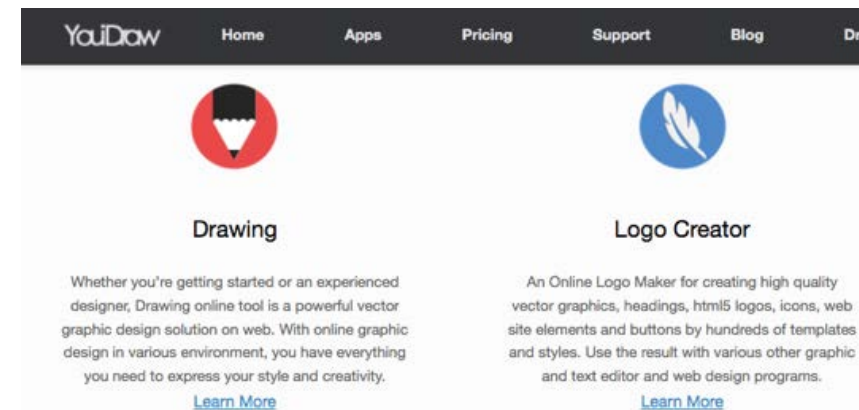
Herramientas para la creación de logos



Crea logos gratis en minutos con el creador de logos de Canva

Aprovecha las funciones exclusivas de Canva Pro para crear un logo que capte todas las miradas

Crea tu logo



Navigation: Home, Apps, Pricing, Support, Blog

Drawing

Whether you're getting started or an experienced designer, Drawing online tool is a powerful vector graphic design solution on web. With online graphic design in various environment, you have everything you need to express your style and creativity.

[Learn More](#)

Logo Creator

An Online Logo Maker for creating high quality vector graphics, headings, html5 logos, icons, web site elements and buttons by hundreds of templates and styles. Use the result with various other graphic and text editor and web design programs.

[Learn More](#)



logomaster.ai

Precio Plantillas Productos Promocionales Creador de sitios web

Diseño de logotipo hecho fácil

Pruebe **logomaster.ai**, the logo maker para startups, profesionales y pequeñas empresas.

El nombre de tu compañía **CREAR LOGO**

O comienza con nuestras más de 100 bellas plantillas



GraphicSprings

Crear Logotipo con Creador de Logotipos

Crea tu logo de forma gratuita online Es una solución muy simple para los dueños de negocios, startups, empresas online, y mucho más. Una vez que esté listo, solo paga \$19,99 para descargar los archivos.

PUEDES CREAR UN LOGO EN 1 MIN O MENOS

Universidad de Vigo



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para la creación de logos

Es obligatorio que durante la vida del proyecto se reconozca el apoyo recibido en el marco del programa Erasmus+ en todos los materiales promocionales y de comunicación, incluidas las páginas web/blog y las redes sociales, y que se utilice el emblema de la Unión Europea (bandera de la UE) con el nombre completo de la Unión Europea, sin abreviaturas.

La opción preferida para comunicar la financiación de la UE a través del programa Erasmus+ es escribir al lado del emblema de la UE el siguiente texto: "Cofinanciado por la Unión Europea".

Ejemplo:



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

2. Herramientas de comunicación y difusión

Recursos gratuitos para crear un logo

Para poder realizar logotipos originales, es de gran ayuda contar con una serie de recursos que faciliten el diseño gráfico de los logos. Algunas de las siguientes aplicaciones son muy útiles a la hora de diseñar la tipografía del logo:

- Google Fonts: <https://fonts.google.com/>
- DaFont: <https://www.dafont.com/es/>
- BeFonts: <https://befonts.com/>



En cuanto a iconos, se pueden utilizar las siguientes herramientas:

- Flaticon: <https://www.flaticon.es/>
- Iconfinder: <https://www.iconfinder.com/>
- Freepik: <https://www.freepik.es/>



2. Herramientas de comunicación y difusión

Páginas web

Una página web y perfiles en algunas redes sociales son hoy cuestiones tan básicas para un proyecto europeo, que se convirtieron en elementos obligatorios de cualquier proyecto europeo.

Para crear una página web que aporte valor al proyecto y que logre transmitir la información sobre el proyecto de forma eficiente, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Especificar muy bien el mínimo de secciones que debería tener, las informaciones que debe ofrecer y el ritmo de actualización de los contenidos.
- Una buena idea es basarla en la Ficha Informativa del proyecto y añadirle noticias, agenda y boletín de suscripción.
- Las páginas web pueden contener además un apartado privado (con usuario y contraseña) para las personas que trabajan en el proyecto.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Páginas web

- Asegurar que la página ofrece una experiencia de usuario satisfactoria para quien la visita (fácil navegación y legibilidad desde cualquier dispositivo).
- Asegurar que la página lleva implementada una buena estrategia SEO (*Se el Primero en tu Sector*) para aparecer entre los primeros puestos en los buscadores.
- Verificar con el equipo de desarrollo que la web cumple con las pautas de accesibilidad web internacionales, las WCAG 2.1, que en la UE deben cumplir, entre otras, toda página cuya financiación haya sido pública.

Ejemplo página web proyecto KA2 ILSA
y secciones necesarias:

<http://ka2-ilsa.webs.uvigo.es/?lang=es>



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para la creación de páginas web

- **WordPress:** <https://wordpress.com/es>

Es una de las plataformas más populares a nivel mundial. Esta plataforma es de código abierto, lo cual significa que es una plataforma con una versión básica gratuita, y cuenta con docenas de diseños que permiten elegir el que más nos guste y también la modificación según la naturaleza del proyecto.

WordPress.com Productos · Características · Recursos · Planes y Precios Acceder

Te damos la bienvenida al
creador de páginas web
más popular del mundo.

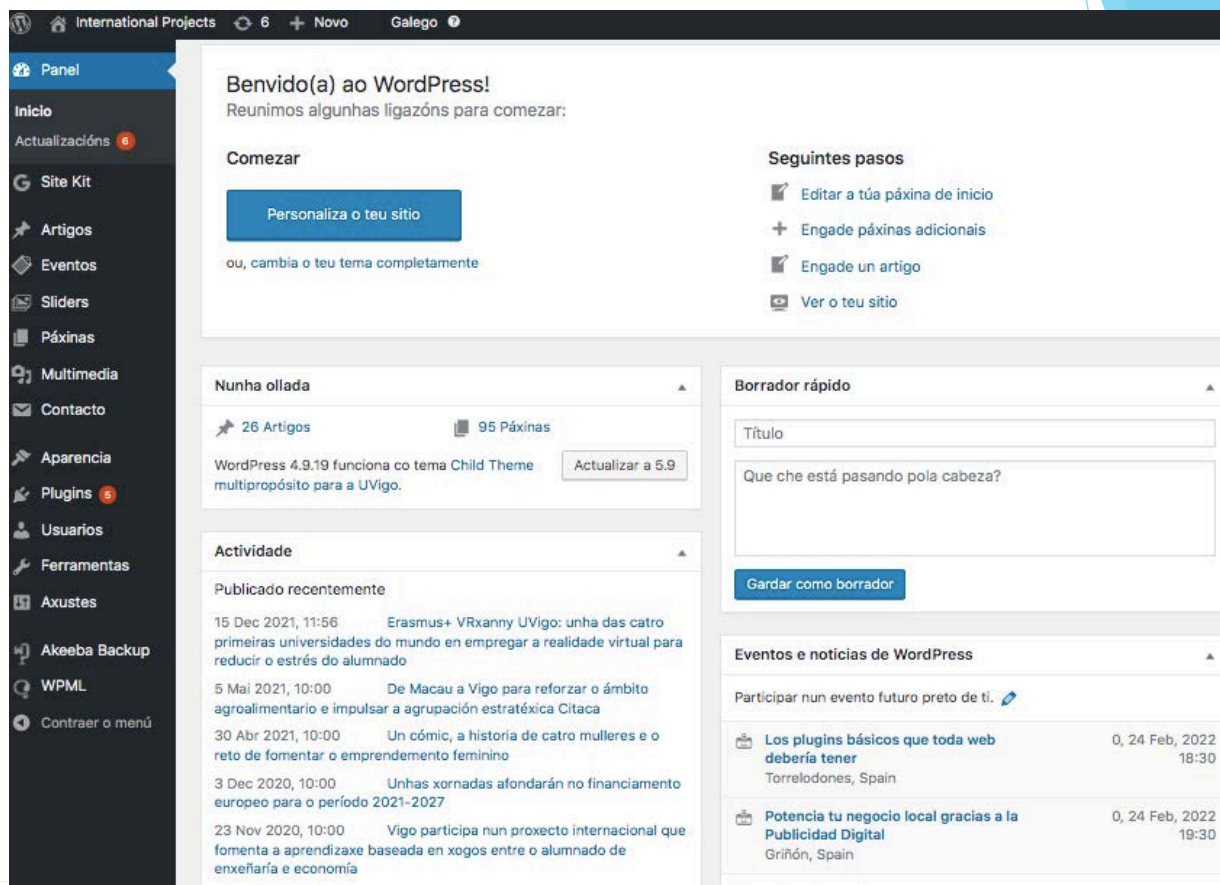
43 % de la web se ha creado con WordPress. El número de bloggers, pequeños negocios y grandes empresas de la lista Fortune 500 que usan WordPress es mayor que la suma de usuarios del resto de alternativas juntas. Únete a los millones de personas que han elegido WordPress.com.

Empieza a crear tu página web

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para la creación de páginas web

[WordPress.com](https://www.wordpress.com)



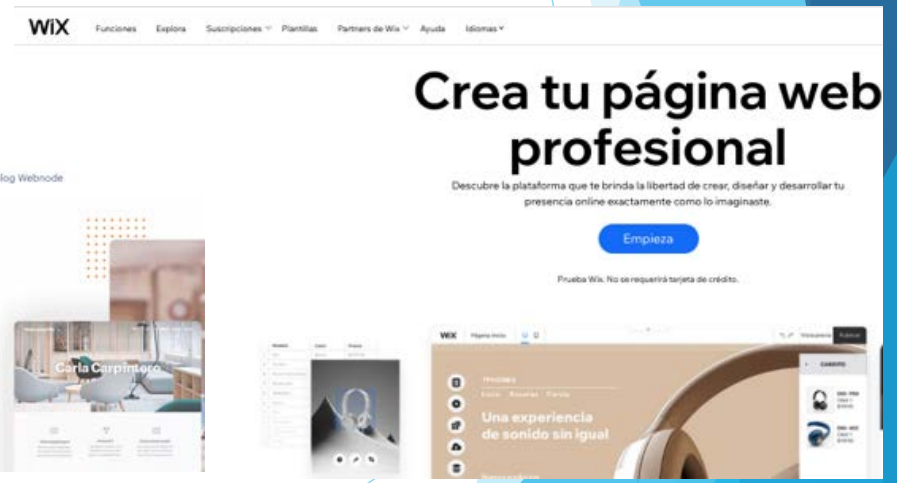
The screenshot shows the WordPress dashboard interface in Galician. The top navigation bar includes 'International Projects', '6', '+ Novo', and 'Galego'. The left sidebar contains a 'Panel' menu with options like 'Inicio', 'Actualizacións', 'Site Kit', 'Artigos', 'Eventos', 'Sliders', 'Páxinas', 'Multimedia', 'Contacto', 'Aparencia', 'Plugins', 'Usuarios', 'Ferramentas', 'Axustes', 'Akeeba Backup', 'WPML', and 'Contraer o menú'. The main content area features a 'Benvido(a) ao WordPress!' message, a 'Comezar' section with a 'Personaliza o teu sitio' button, and a 'Seguintes pasos' list. Below this are sections for 'Nunha ollada' (showing 26 articles and 95 pages), 'Actividade' (with a list of recent publications), and 'Borrador rápido' (with a form for creating a draft). The bottom right section shows 'Eventos e noticias de WordPress' with upcoming events.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para la creación de páginas web

Otras plataformas populares que permiten crear una página web para el proyecto, con distintas funciones y secciones son:

- WIX: <https://es.wix.com/>
- Zyro: <https://zyro.com/>
- Webnode: <https://www.webnode.es/>
- Google Sites: <https://sites.google.com/new?hl=es>
- Blogger: <https://www.blogger.com/> (blog interactivo)
- Squarespace: <https://es.squarespace.com/>



2. Herramientas de comunicación y difusión

Newsletters

Una *newsletter* es un boletín informativo que incluye noticias que las entidades envían con cierta periodicidad a seguidores o suscriptores para mantenerlos informados sobre sus novedades, productos, etc.

Con una *newsletter* se persigue dar visibilidad a novedades con el objetivo de que los usuarios interactúen y acaben consultando la información ampliada disponible en la página web.

Una *newsletter* también tiene el papel de impactar y generar interés entre los suscriptores, mostrando todas aquellas novedades o información útil.

En un proyecto, la *newsletter* es una herramienta de gran utilidad para mantener a los suscriptores informados de las actividades más recientes del proyecto y de las futuras acciones a implementar, especialmente si hablamos de eventos (reuniones, congresos, seminarios, talleres, cursos, eventos multiplicadores).



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para crear *newsletters*

Entre las herramientas más utilizadas para la creación de *newsletters* (que cuentan con varias plantillas de diseño) se encuentran:

- Mailify: <https://www.mailify.com/>
- ActiveCampaign: <https://www.activecampaign.com/es>
- Mailchimp: <https://mailchimp.com/es/>
- Mdirector: <https://www.mdirector.com/>
- MailRelay: <https://mailrelay.com/es>
- Teenvío: <https://www.teenvio.com/es/newsletters/>
- Canva: https://www.canva.com/es_es/crear/newsletter/



2. Herramientas de comunicación y difusión

Redes sociales

Para saber que red social utilizar para la comunicación y difusión de información relativa al proyecto, es importante:

- Analizar los hábitos digitales de los grupos meta e identificar en qué redes sociales tienen más actividad relacionada con el proyecto.
- Antes de elegir una red, hay que analizar los mensajes que necesitamos transmitir a los diferentes beneficiarios y valorar que red tendría mayor impacto.



Los contenidos en redes

- Los contenidos que se difundan por las redes han de tener la suficiente calidad, aportar valor, estar bien redactados y diseñados y ser rigurosos técnicamente.
- Elaborar una serie de etiquetas o “hashtags” que sean palabras clave para el proyecto.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para redes sociales

- LinkedIn  <https://be.linkedin.com/company/european-commission>

Estar en LinkedIn es importante para cualquier proyecto europeo porque:

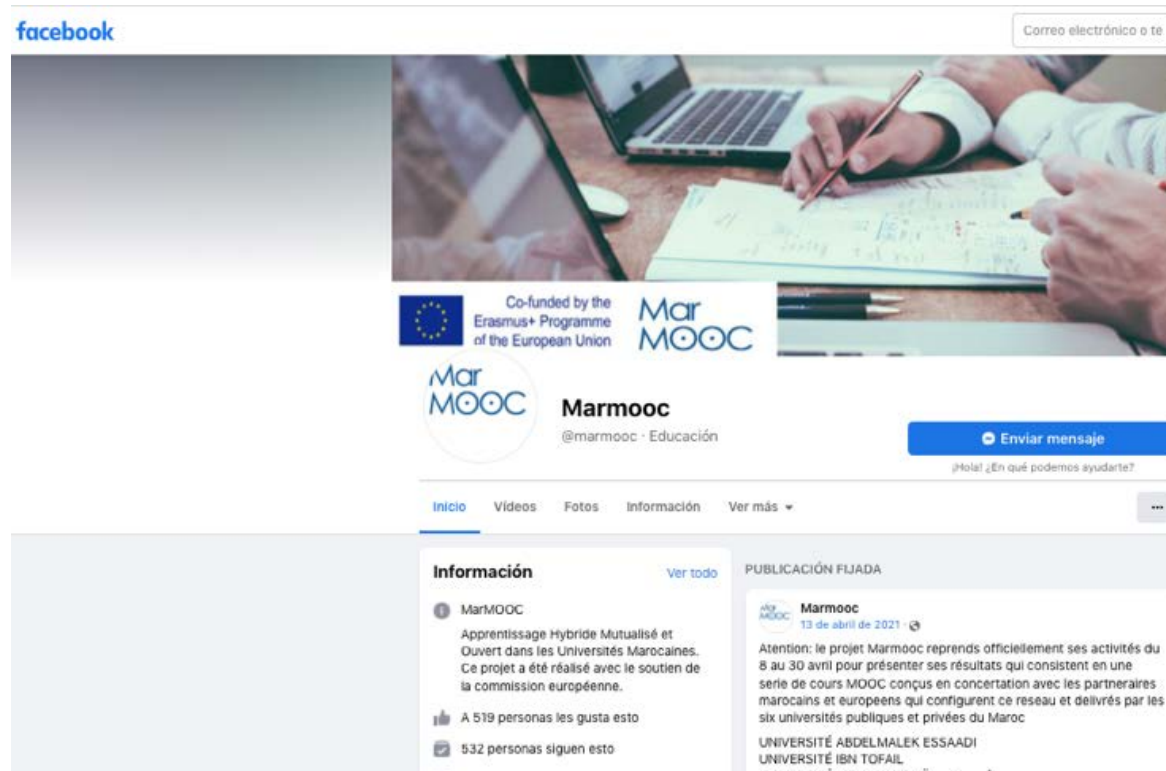
- ✓ Conecta con personas y entidades con interés en la misma temática.
- ✓ El perfil del proyecto se puede integrar en grupos especializados donde difundir las noticias, eventos, etc. relacionados con el proyecto.
- ✓ Es posible añadir a todas las personas relacionadas con el proyecto y enviarles mensajes directos con cada publicación, que a su vez pueden difundir en todas sus redes y dar mayor visibilidad al proyecto.

- Facebook  <https://es-es.facebook.com/uvigo/>

Facebook es una red social muy popular. Su capacidad de alcance es un gran atractivo ya que dispone de ciertas herramientas (página de empresa, analítica de datos y Facebook Ads) para una gestión ágil de la promoción, comunicación y el seguimiento del rendimiento que la cuenta del proyecto tiene dentro de la red social.

2. Herramientas de comunicación y difusión

- **Facebook:** ejemplo proyecto MarMOOC:
<https://es-es.facebook.com/marmoooc/>



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para redes sociales

- Twitter 

Los principales usos de Twitter son similares a los de Facebook: perfil corporativo, analítica de datos y Twitter Ads. Esta red social permite difundir relativa al proyecto a través de mensajes cortos y directos, así como la incorporación de enlaces externos e imágenes.

<https://twitter.com/uvigo>

https://twitter.com/mar_mooc



2. Herramientas de comunicación y difusión

[Horizonte Europa \(@HorizonteEuropa\) · Twitter](https://twitter.com/HorizonteEuropa)
<https://twitter.com/HorizonteEuropa>

Horizonte Europa
14,5 mil Tweets

Horizonte Europa
@HorizonteEuropa

Toda la información sobre Horizonte Europa, el Programa Marco de Investigación e Innovación de la UE 2021-2027

España horizonteeuropa.es Se unió en septiembre de 2013

1.403 Siguiendo 16,5 mil Seguidores

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos Me gusta

Tweet fijado
Horizonte Europa @HorizonteEuropa · 20 ene.
Reserva la fecha – Conferencia “El nuevo Horizonte para Europa”
#HorizonteEuropa

[SEPIE \(@sepiegov\) / Twitter](https://twitter.com/sepiegov)
<https://twitter.com/sepiegov>

Erasmus+
24,3 mil Tweets

Erasmus+
@EUErasmusPlus

The European Union programme for education, youth, training and sport

Educación Europe ec.europa.eu/programmes/era...
Se unió en julio de 2010

1.349 Siguiendo 134,1 mil Seguidores

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos Me gusta

Tweet fijado
Erasmus+ @EUErasmusPlus · 14 feb.
#ValentinesDay is a day to celebrate and we want to celebrate years of #ErasmusPlus with you!

[Erasmus+ \(@EUErasmusPlus\) · Twitter](https://twitter.com/EUErasmusPlus)
<https://twitter.com/EUErasmusPlus>

SEPIE
19,5 mil Tweets

SEPIE
@sepiegov

Agencia Nacional #ErasmusPlus y responsable de la Internacionalización de la Educación Superior Española
#EstudiarEnEspaña #StudyInSpain

Educación Madrid sepie.es Se unió en mayo de 2014

1.055 Siguiendo 25,4 mil Seguidores

2. Herramientas de comunicación y difusión


Herramientas para redes sociales

- Instagram  <https://www.instagram.com/universidadedeviso/>
- ✓ Instagram cuenta con un crecimiento exponencial en los últimos años (ha sido adquirido por Facebook) que le ha permitido superar a redes sociales que contaban con más popularidad, como Pinterest. Es una red social totalmente visual e interesante para promocionar productos o generar imágenes que se pueden viralizar. Los principales usos de Instagram a nivel profesional son: el perfil corporativo e Instagram Ads.
- ✓ Estas dos herramientas ayudan a dar a conocer el perfil del proyecto a más usuarios; permite acceder a estadísticas relacionadas con el alcance de las publicaciones y el perfil de los usuarios que interactúan con la cuenta.



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para redes sociales

- YouTube 
- ✓ La segunda red social en número de usuarios alrededor del mundo, con 1 billón de miembros permite a los usuarios publicar y compartir videos, ofreciendo algunas herramientas básicas para generar intercambios de opiniones, valoraciones y estructuras sociales muy básicas en torno a un contenido.
- ✓ YouTube fue la primera web especializada en grabaciones con un aspecto sencillo y atractivo y una gestión que facilitaba su uso.
- ✓ Es una herramienta potente a la hora de alcanzar una mayor visibilidad y mayor impacto. Permite posicionar videos en las primeras páginas de Google.
- ✓ YouTube puede ayudar a difundir información relacionada con eventos organizados en el marco del proyecto: cursos / seminarios / talleres especializados que forman parte de los resultados del proyecto.
- ✓ Los videos humanizan y tienen más impacto en nuestro recuerdo: muy útiles para plantear una estrategia efectiva /de impacto en el “marketing” de contenidos.



2. Herramientas de comunicación y difusión

Como ser un buen *Community Manager*

Un *Community Manager* es un profesional del marketing digital responsable de crear, gestionar, mantener y hacer crecer una comunidad online alrededor de una marca o entidad, creando y manteniendo relaciones con los usuarios seguidores de ésta. Este profesional es la voz de la marca o entidad hacia sus usuarios, por lo que un buen *Community Manager* tiene que tener los conocimientos y habilidades necesarios para defender la imagen del proyecto adecuadamente:



- Ser una persona versátil
- Ser buen comunicador, creativo e innovador
- Conocer el mundo de Internet y saber desenvolverse en él
- Ser organizado (definir una estrategia de trabajo a través de objetivos alcanzables)
- Saber trabajar en equipo
- Sentir pasión por el proyecto para el que trabaja y conocerlo bien
- Ser anticipativo
- Redactar adecuadamente
- Tener empatía y paciencia
- Estar en continuo aprendizaje

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para realizar presentaciones

Las herramientas de presentación son imprescindibles a la hora de comunicar mejor y de manera eficiente los características y los objetivos de un proyecto.

En medio de los cambios tecnológicos actuales transmitir información de forma rápida, concisa y clara es esencial.

Un programa para hacer presentaciones debe ser intuitivo, eficiente, personalizable y accesible.

Programas más utilizados para crear presentaciones:

- **PowerPoint**



con una gran cantidad de plantillas y estilos predefinidos que se pueden modificar para dar un toque personal a las presentaciones. Es compatible con otros programas de Microsoft y con múltiples tipos de archivos. Incluye gráficos, tablas y textos de Word o Excel en las presentaciones que se pueden abrir desde cualquier dispositivo.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para realizar presentaciones

- **Google Slides:**
<https://www.google.es/intl/es/slides/about/>

El trabajo colaborativo es hoy en día una de las tendencias en el mundo profesional. Google Slides permite crear presentaciones, compartirlas con el resto del equipo para ser editadas y presentarlas desde cualquier lugar siempre y cuando se tenga un navegador.

La experiencia de creación de presentaciones en este programa es similar a la de PowerPoint: una gran facilidad de uso y una notable versatilidad para personalizarla a nuestro gusto; formatos compatibles y fácilmente intercambiables.

La ventaja en el uso de la paquetería de oficina de Google es que no requiere instalar programas ni comprar licencias, se puede hacer uso de la plataforma desde su sitio en línea, garantizando que la información no se perderá y su acceso a ella desde cualquier sitio.



2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para realizar presentaciones


- **Canva:** <https://www.canva.com/es>
- ✓ Herramienta que ha ganado la atención de los usuarios en los últimos años.
- ✓ Es un programa fácil de usar para crear imágenes útiles para redes sociales, así como anuncios y diseños de materiales para impresión.
- ✓ Puede ser utilizada para hacer presentaciones, contando con atractivas plantillas y es reconocida por sus filtros y capacidad para crear consistentes filtros de marca.
- ✓ Entre sus muchas opciones, permite desarrollar una plantilla personalizada de la presentación con el logotipo del proyecto.
- ✓ Las presentaciones se pueden compartir con el resto del equipo para que las usen como un diseño predeterminado para sus propias creaciones y se pueden cargar desde cualquier lugar: dispositivo móvil, tablet u ordenador.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para realizar presentaciones

- **Prezi:** <https://prezi.com/es/>

El formato base de una presentación en Prezi simula la herramienta de zoom. Una presentación Prezi es como un lienzo abierto que permite estructurar y visualizar la presentación completa y el usuario elige a qué sección del lienzo se quiere acercar. Esta acción da dinamismo y originalidad a la presentación. Con una cámara virtual podemos acercarnos y alejarnos de secciones específicas de la presentación, añadiendo vídeos, gráficos y texto. Prezi está diseñado para presentar a distancia, ofrece alta resolución y brinda la máxima calidad en todos los dispositivos, permitiendo utilizar un dispositivo móvil como control remoto.



Prezi Present
Crea presentaciones dinámicas y con zoom que capten la atención y mantengan el interés.

Prezi Video
Muéstrate junto a tu contenido mientras presentas a tu audiencia.

Prezi Design
Diseña impresionantes gráficos interactivos, informes, mapas, infografías y mucho más.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Herramientas para materiales impresos

En las actividades de comunicación y difusión será necesarios usar una serie de materiales informativos, divulgativos o de recuerdo del proyecto: folletos, banners publicitarios, agendas, carpetas, etc. Estos materiales se tienen que elaborar estudiando muy bien la información que se debe incluir, así como su formato, para que nos ayuden a alcanzar los objetivos marcados con la actividad en donde van a ser utilizados.

Para su elaboración, es recomendable contar con el apoyo de empresas expertas en marketing y diseño, en crear herramientas y materiales puestos al servicio de unos objetivos. Estas empresas deberán trabajar respetando el manual de identidad visual del proyecto y el documento de encargo, donde se especificará objetivos, mensajes y públicos.

Ejemplo de materiales impresos de proyectos, Crece, Dockside, Social Erasmus:

http://opi.uvigo.gal/wp-content/uploads/2021/09/FOLLETO_crece.pdf

http://opi.uvigo.gal/wp-content/uploads/2021/09/FOLLETO_Dockside.pdf

http://opi.uvigo.gal/wp-content/uploads/2021/09/FOLLETO_social-erasmus.pdf



2. Herramientas de comunicación y difusión

Medios de comunicación



Para la difusión del proyecto, es de especial importancia la relación y aparición en diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión...) a nivel local, nacional e internacional. El proyecto ganará mayor reconocimiento, valor e impacto.

Los medios de comunicación permiten llegar a la ciudadanía en general o a colectivos concretos de ella, demostrando los beneficios para las comunidades que forman el objetivo del proyecto y para las diferentes partes implicadas en él.

Oficina de Proxectos Internacionais

A Oficina

Área Educación

Área Investigación

Novas



15/12/2021 | NOVAS

Erasmus+ VRxanny UVigo: unha das catro primeiras universidades do mundo en empregar a realidade virtual para reducir o estrés do alumnado



05/05/2021 | NOVAS

De Macau a Vigo para reforzar o ámbito agroalimentario e impulsar a agrupación estratéxica Citaca



30/04/2021 | NOVAS

Un cómic, a historia de catro mulleres e o reto de fomentar o emprendemento feminino



Universidade de Vigo



2. Herramientas de comunicación y difusión

Plataforma de resultados Erasmus+

La **Plataforma de Resultados de los Proyectos Erasmus+ (E+PRP)** es la base de datos de la Comisión Europea para el programa Erasmus+, principal herramienta de comunicación y transparencia del Programa.

Contiene descripciones de todos los proyectos financiados, incluida la información de contacto de las organizaciones participantes, los resultados de los proyectos finalizados, con enlaces a los sitios web, y sirve también como motor de búsqueda de socios.

La Plataforma presenta de forma destacada buenas prácticas: proyectos que han conseguido resultados excepcionales por su pertinencia, potencial de comunicación, impacto o diseño, lo que se traduce en proyectos bien gestionados con muy buenos resultados.

A lo largo de la vida de un proyecto, será necesario acceder a la E+PRP y cargar los actividades realizadas. Esta acción es obligatoria, ya que forma parte de la evaluación realizada por la entidad financiadora. Los resultados disponibles en la Plataforma constituyen un medio para aumentar la visibilidad del proyecto.

2. Herramientas de comunicación y difusión

Plataforma de Resultados Erasmus+

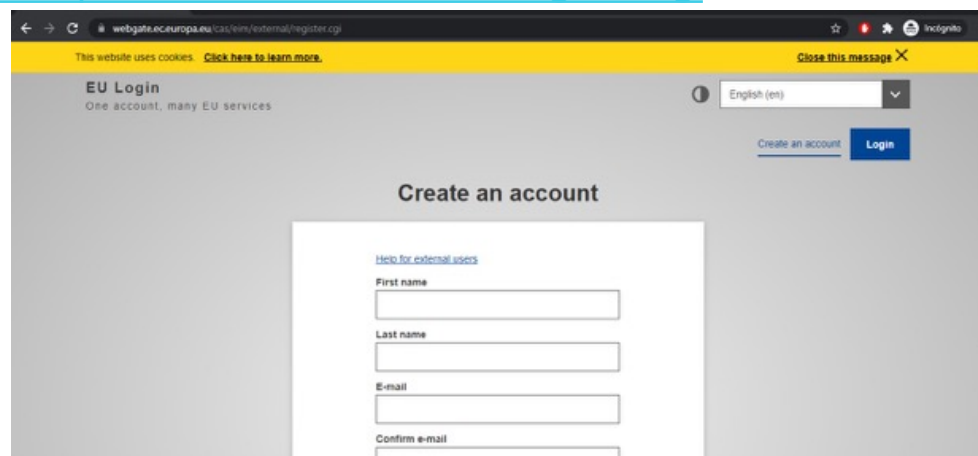
Para acceder a la plataforma, es necesario crear una cuenta ECAS (*European Commission Authentication Service*), para obtener un nombre de usuario y contraseña.

Se puede acceder desde la web del Portal de Participantes,

<http://ec.europa.eu/education/participants/portal>,

haciendo clic en la sección “Register”, o bien directamente desde el enlace:

<https://webgate.ec.europa.eu/cas/eim/external/register.cgi>.



The screenshot shows a web browser window displaying the 'EU Login' registration page. The page title is 'EU Login' with the tagline 'One account, many EU services'. The main heading is 'Create an account'. There are two buttons: 'Create an account' and 'Login'. Below the heading, there is a link for 'Help for external users' and four input fields: 'First name', 'Last name', 'E-mail', and 'Confirm e-mail'. The browser's address bar shows the URL 'webgate.ec.europa.eu/cas/eim/external/register.cgi'. A yellow banner at the top indicates 'This website uses cookies' with a link to 'Click here to learn more.' and a 'Close this message' button.

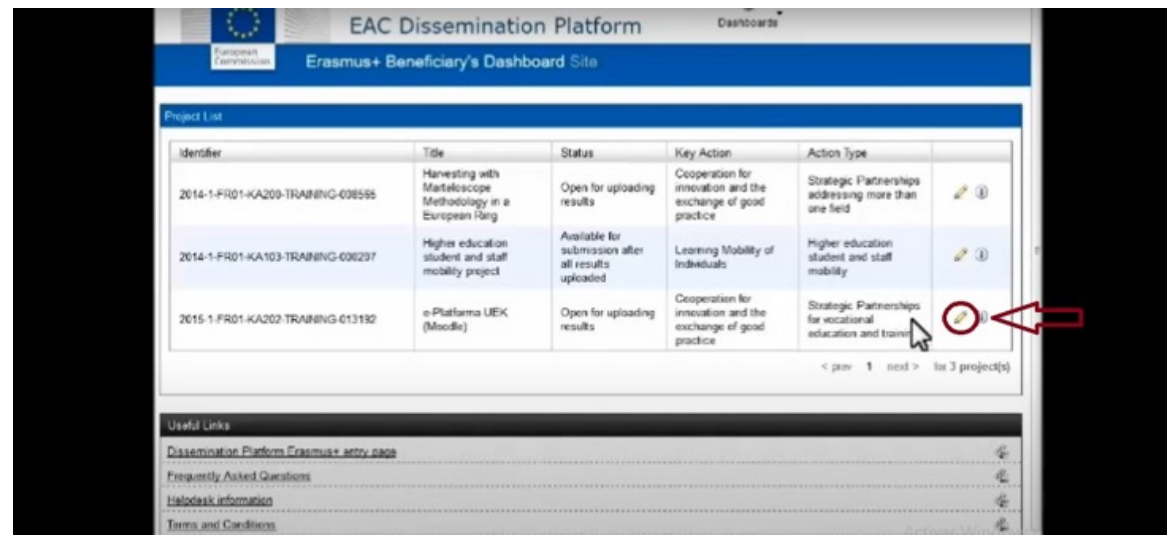
2. Herramientas de comunicación y difusión

Plataforma de Resultados Erasmus+ / Espacio para los beneficiarios

Una vez se obtiene un nombre de usuario y una contraseña, se podrá acceder al *Beneficiary's Dashboard* con las credenciales previamente obtenidas a través del siguiente enlace:

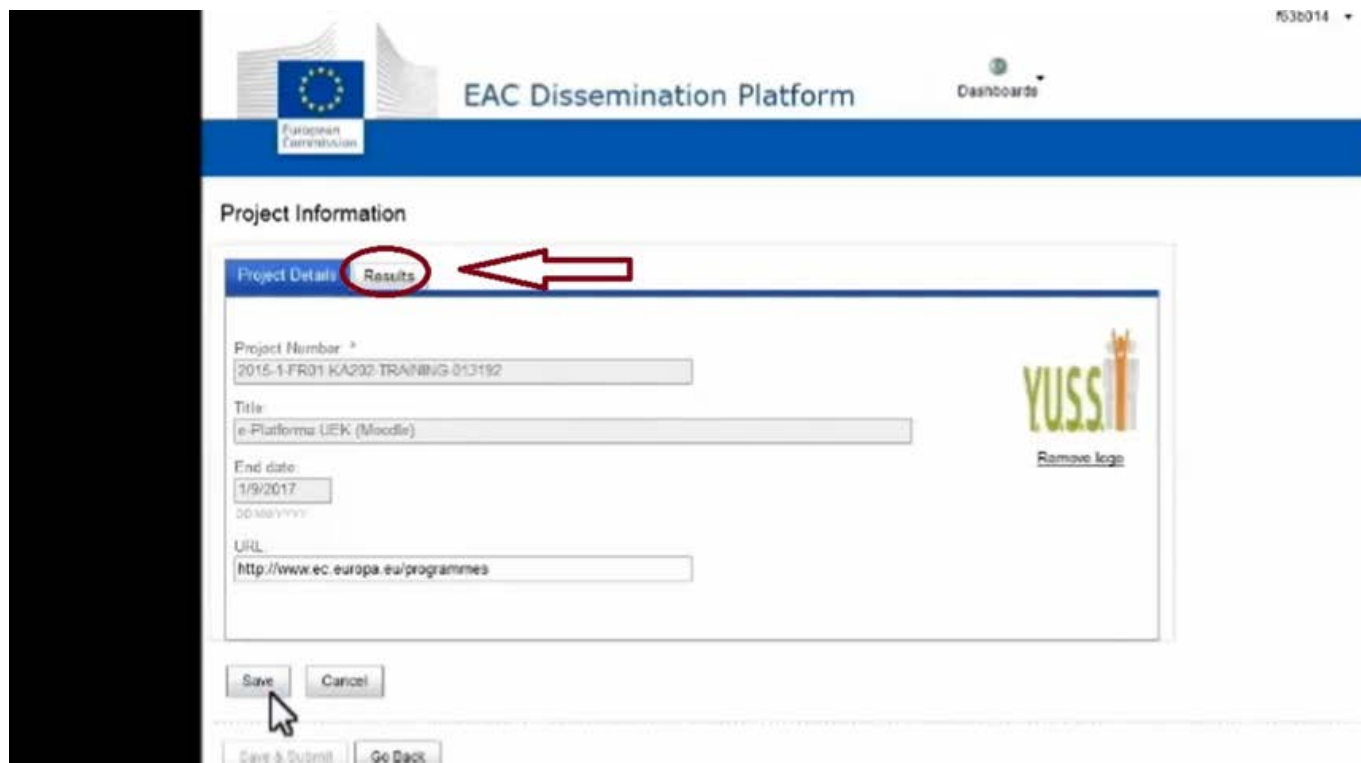
https://webgate.ec.europa.eu/education_culture/dissemination/share.

Desde el perfil del Beneficiario se podrán cargar todos los resultados del proyecto.



2. Herramientas de comunicación y difusión

Plataforma de Resultados Erasmus+ / Espacio para los beneficiarios



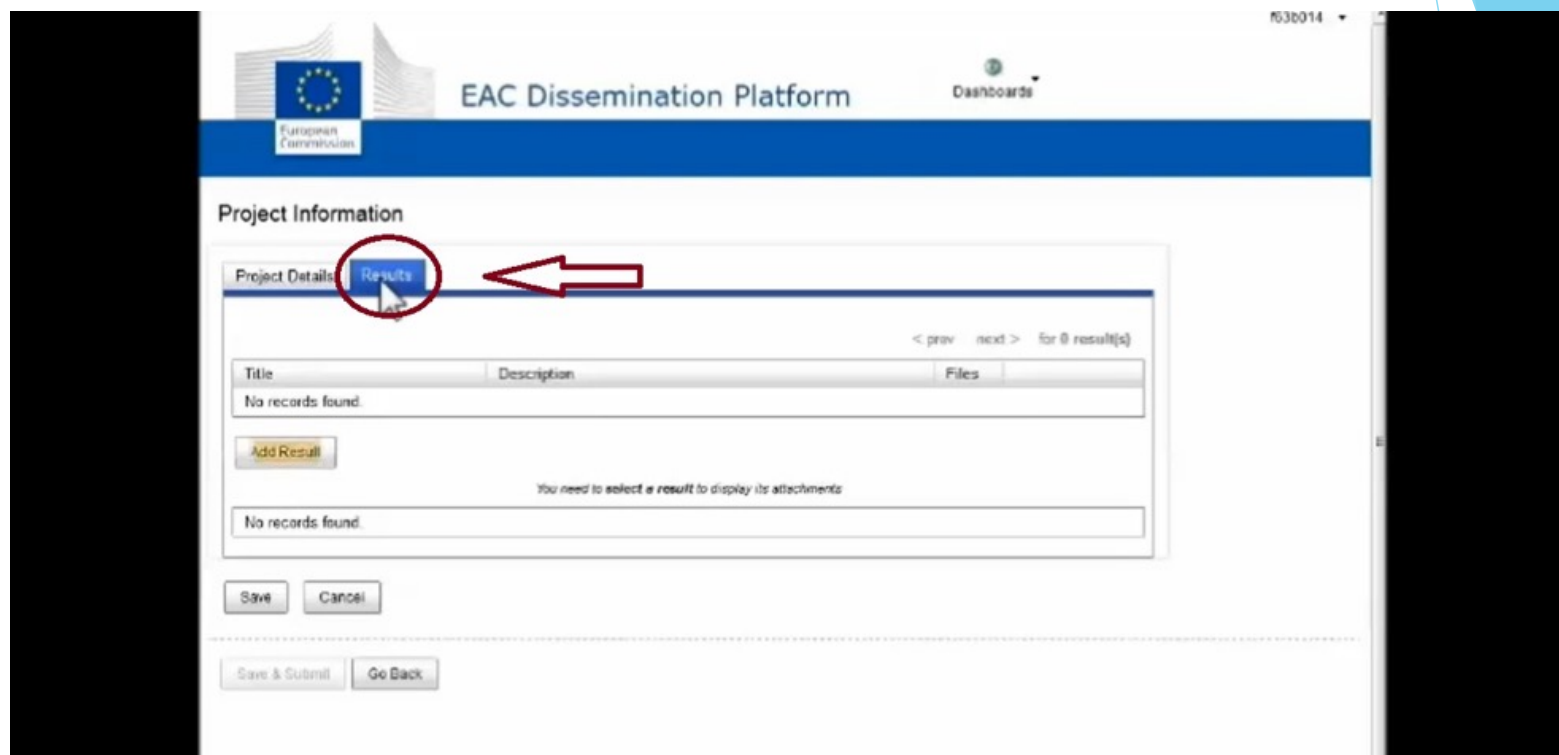
The screenshot displays the 'EAC Dissemination Platform' interface. At the top, there is a header with the European Union flag and the text 'EAC Dissemination Platform'. Below this, a blue navigation bar contains 'Project Details' and 'Results', with a red circle around 'Results' and a red arrow pointing to it. The main content area is titled 'Project Information' and contains a form with the following fields:

- Project Number: 2015-1-FR01 KA202-TRAINING-013192
- Title: e-Platforma LIEK (Moodle)
- End date: 1/9/2017
- URL: http://www.ec.europa.eu/programmes

There is also a 'YUSS!' logo with a 'Remove logo' link. At the bottom of the form, there are 'Save' and 'Cancel' buttons, and a mouse cursor is hovering over the 'Save' button. Below the form, there are 'Save & Submit' and 'Go Back' buttons.

2. Herramientas de comunicación y difusión

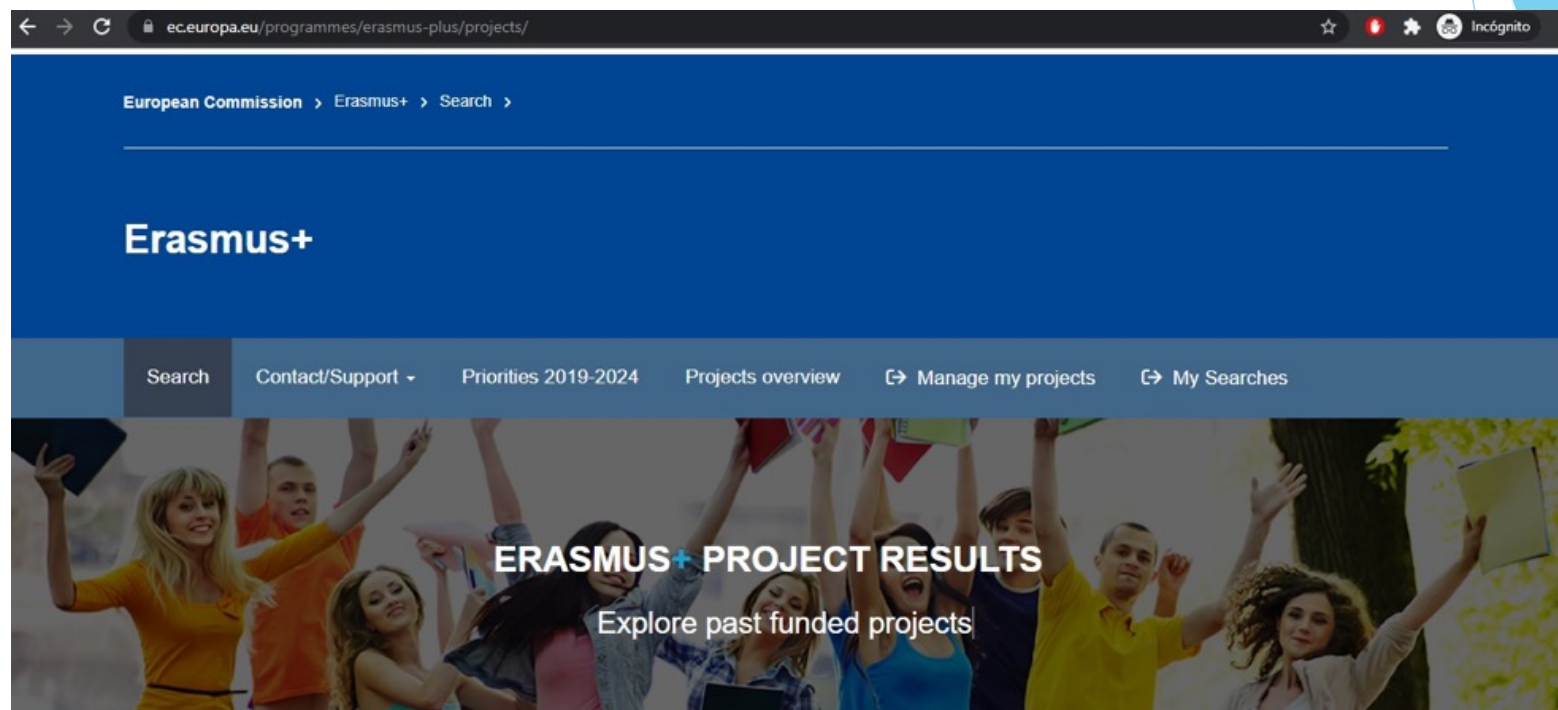
Plataforma de Resultados Erasmus+ / Espacio para los beneficiarios



2. Herramientas de comunicación y difusión

Plataforma de Resultados Erasmus+

<https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/>



3. Comunicación privada con los socios

La comunicación interna de un proyecto tiene que estar dirigida a todos los actores implicados en el proyecto:

- Equipo de trabajo de la universidad coordinadora
- Equipos de trabajo de las universidades socias

La comunicación interna que ejerza la entidad líder debe cohesionar al equipo, dinamizarlo y coordinarlo para que el proyecto vaya avanzando y se cumplan sus objetivos y resultados esperados.

Para una comunicación ágil, clara y concisa, se deben poner en marcha varios mecanismos y herramientas para asegurar la fluidez de dicha comunicación y el claro entendimiento de las tareas que deben realizar todos los miembros del proyecto.

Los miembros del proyecto deberían hacer uso de varias herramientas.

3. Comunicación privada con los socios

Herramientas para una comunicación interna eficaz

- **La Ficha Informativa del Proyecto**, con toda la información necesaria para que los socios tengan la información del proyecto desde el principio.
- **Las reuniones**, ya sean presenciales o virtuales, en la fase de preparación de la propuesta o en la de ejecución del plan, siempre son esenciales y una herramienta absolutamente clave de comunicación.
- **La reunión de salida o “kick-off meeting”**: es la primera reunión del Consorcio una vez se ha firmado el contrato de financiación. Es el momento de explicar el funcionamiento del proyecto a los socios y empezar a establecer dinámicas y unificar puntos de vista. Se informa del plan de trabajo y de sus hitos. Es clave para el liderazgo porque suele ser la primera vez en la que los socios se juntan físicamente.

3. Comunicación privada con los socios

Herramientas para una comunicación interna eficaz

- **Comunicación escrita a través del correo electrónico** (recomendado como principal canal de comunicación escrita para que la información intercambiada quede registrada y de esta forma poder realizar su seguimiento). Para que la comunicación a través del correo electrónico sea fluida y eficiente, hay que tener:
 - ✓ Usar expresiones cercanas y cordiales, pero educadas y respetuosas.
 - ✓ Elaborar mensajes concisos y con los datos clave en negrita.
 - ✓ No desarrollar temas más allá de 2 o 3 párrafos (preferiblemente en documentos adjuntos).
 - ✓ Asegurarse que el “Asunto” refleja fielmente el contenido del mensaje, precedido por el nombre del proyecto.
 - ✓ Introducir en el “Para” a quienes tengan que leer y contestar al correo, y en el “CC” a quienes solo tengan que leerlo.
 - ✓ Usar el acuse de recibo en correos especialmente trascendentes o cuando haya personas que no suelen contestar o se retrasan mucho.
 - ✓ Contestar siempre que nuestro correo esté en el “Para” y hacerlo en cuanto nos sea posible.
 - ✓ Si es posible, incluir el logo del proyecto en la firma

3. Comunicación privada con los socios

Herramientas para una comunicación interna eficaz

- **Comunicación oral a través de las llamadas telefónicas** (si es necesario)
- **Grupo de WhatsApp.** Esta aplicación se va usando cada vez más con fines formativos y profesionales. Puede ser un buen aliado para facilitar la comunicación cuando se acerca una reunión presencial y necesitamos tener contacto e información más inmediata con pequeños mensajes que no inunden las bandejas del correo electrónico. En ese caso:
 - ✓ Recordar siempre que no se trata de un grupo de amistades.
 - ✓ Se recomienda que tenga la imagen del proyecto.
 - ✓ Si se usa fuera de los días de reunión presencial, ha de hacerse única y exclusivamente con información y mensajes relacionados con el proyecto

3. Comunicación privada con los socios

- **Comunicación y difusión de los materiales del proyecto a través de una red interna.**

Una herramienta muy útil es la propia página web del proyecto con una sección dedicada exclusivamente a los socios. Al ser de uso privado, los socios pueden acceder a los materiales del proyecto y consultarlos en cualquier momento, de esta forma se permite también que los socios estén al día con los avances del proyecto (tiene que ser sólo accesible para las personas que trabajen en el proyecto mediante un usuario y contraseña). No se recomienda crear una zona de chat o foro porque dispersa los mensajes.

- **Comunicación y difusión de los materiales del proyecto a través de herramientas online de almacenamiento compartido de datos (por ejemplo, Google Drive)**

Esta herramienta tiene las mismas funciones que una red privada. Una función adicional sería la posibilidad de modificación y actualización de los materiales del proyecto en tiempo real por todos los miembros que tienen acceso a ese espacio compartido.

3. Comunicación privada con los socios

- **Mini base de datos** en la que indicamos información sobre todas las personas que participan en el proyecto (para esto se pueden utilizar herramientas como Google Drive).
- **Los actos de comunicación externa.** Desde el punto de vista interno son una buena herramienta para dar visibilidad a los socios y reconocerles su valor y aportaciones.

Es importante intentar involucrar a las entidades socias y que participen de un modo activo y visible en jornadas, presentaciones, ferias, etc.

Además, hay que asegurarse de que sus nombres y logos están presentes en web, folletos, redes sociales, memorias, notas de prensa, etc.

3. Comunicación y mensajes eficaces

Tips para redactar mensajes eficaces

- Es recomendable que los mensajes tengan el esquema AIDA:

A = llamar la Atención

I = despertar Interés

D = generar Deseo

A = llamar a la Acción



3. Comunicación y mensajes eficaces

Tips para redactar mensajes eficaces

- Apoyarse en informes y estudios rigurosos y serios, y citarlos destacando con claridad las ideas y datos que ayudan en la argumentación.
- Incluir testimonios de colectivos que se benefician del proyecto.
- En la redacción usar un lenguaje sencillo, claro y conciso. Se recomienda:
 - Emplear palabras comunes y habituales. Si hay siglas, tecnicismos o palabras en otro idioma, explicarlas la primera vez que se mencionan.
 - Tratar de no escribir frases de más de 20 palabras.
 - En textos largos, emplear estructuras claras. Cada párrafo, un tema y cada frase, una idea. Y todo ello en orden lógico.
 - La estructura de las frases tendría que ser lo más parecido a sujeto más verbo más predicado.
 - Hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje.
- Redactar un mensaje entendible. La creatividad y el diseño no deben perjudicar su legibilidad y comprensión.
- Compartir los mensajes y contrastarlos con el resto del equipo antes de darlos por definitivos y enviarlos.

4. Reparto de cargas de trabajo

La comunicación y difusión del proyecto son esenciales para alcanzar sus objetivos. Las actividades, herramientas y mensajes tienen que ser técnicamente adecuados al contenido del proyecto, siendo relevantes y comprensibles para todos los grupos destinatarios.

Es imprescindible un **trabajo en equipo entre las entidades socias** (que dominan la materia del proyecto) **y las empresas expertas en el diseño y elaboración de mensajes** (que dominan cómo hacer llegar esos mensajes al público).

Para identificar qué tareas vamos a subcontratar es preciso primero definir las que vamos a realizar internamente en el consorcio, siendo conscientes de las cargas de trabajo que tienen los equipos de las entidades socias y proponer que aporten aquello que no se puede subcontratar.

De este modo, sería indicado:

- Que a las entidades del consorcio se les solicite información y contenidos que hay que comunicar (actas de reuniones, informes de actividades, entregables, etc.).
- Y que a las empresas externas y expertas se les pida el diseño y la realización de las herramientas y la elaboración final de los mensajes, donde toman forma esas informaciones y contenidos que provienen de las entidades del consorcio.

4. Reparto de cargas de trabajo

En cuanto la(s) empresa(s) externa(s) hayan sido elegidas, habrá que elaborar un **documento de encargo** que debe incluir la siguiente información:

- Breve descripción del proyecto: ficha informativa del proyecto (nombre, misión, objetivos, miembros del consorcio, plan para la ejecución de las actividades, calendario, etc.).
- Resumen de la estrategia y del plan de comunicación.
- Todas las herramientas que tendrán que entregar, ordenadas por actividad y fecha.
- Indicar el papel de otras entidades en las actividades de comunicación y difusión.
- Indicar fechas de entrega de materiales.
- Incluir un calendario de reuniones para el seguimiento del plan de comunicación .
- Establecer los plazos de pago, ya que se trata de proyectos de larga duración y es importante que no se generen tensiones de liquidez en ninguna de las partes.

5. Consejos generales

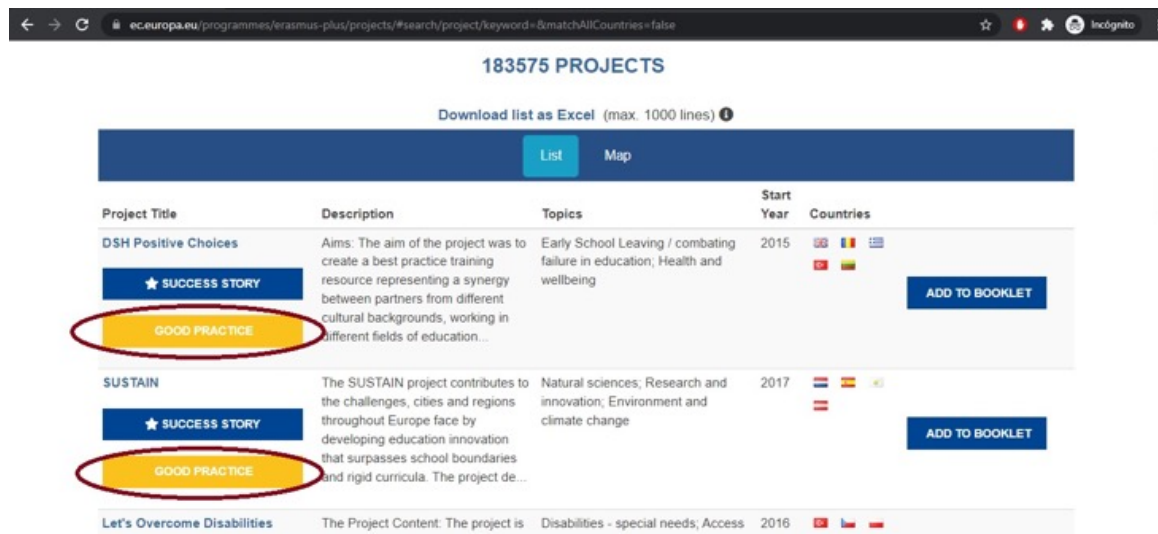
- ✓ Asegurarse de incluir un **paquete de trabajo destino exclusivamente a la comunicación y difusión.**
- ✓ Centrarse en los impactos esperados de la convocatoria, que será el principal eje de trabajo en la propuesta. En el ámbito de la comunicación, esto supone tratar temas como la promoción, la difusión, el fomento, la información. Tendremos que responder a una pregunta esencial **¿cómo vamos a darle valor a cada uno de los impactos del proyecto desde el área de comunicación y difusión? La respuesta a esta pregunta serán los objetivos de comunicación y de difusión establecidos en la propuesta.**
- ✓ La entidad financiadora solicita que el proyecto conozca muy bien a sus diferentes públicos objetivos, desde la audiencia general hasta aquellos *stakeholders* a los que se tienen que incidir con acciones de difusión (*newsletter, networking, webinarios,...*). Por eso es importante definir quiénes son, establecer una estrategia de captación y reconocer una metodología sobre qué acciones se van a llevar a cabo (incidencia, sensibilización, etc.).

5. Consejos generales

- ✓ Se debe ser muy explícito con las acciones que se van a desarrollar, dado que la entidad financiadora evaluará la efectividad de la comunicación a través de lo que se plantee en la propuesta. Acciones que deben ser novedosas, disruptivas, que cubran a todos los públicos definidos y que tengan correlación con los objetivos de comunicación propuestos.
- ✓ Se deben incluir los indicadores de evaluación (KPI) para dar a conocer cuál es nuestro alcance (por ejemplo, número de visitas a la web, seguidores en redes sociales, asistentes a eventos,...). Debemos ser realistas pero a la vez, ambiciosos.
- ✓ Es muy importante desarrollar una estrategia post-proyecto que demuestre a la entidad financiadora el valor del proyecto para aumentar la explotación de los diferentes resultados e incrementar, con ello, su impacto.
- ✓ Hay que tener también en cuenta la capitalización (transferencia del conocimiento), la sostenibilidad del proyecto una vez finalizado y la colaboración externa (otros proyectos, iniciativas, etc.).

6. Buenas prácticas

- La detección, análisis y transferencia de buenas prácticas constituye un elemento fundamental para el intercambio de experiencias positivas que contribuyan a aumentar la visibilidad de los resultados obtenidos.
- Las buenas prácticas son un importante instrumento para medir el impacto cualitativo de los proyectos.
- En la Plataforma de Resultados Erasmus+ se puede consultar un listado de proyectos que son considerados como ejemplos de buenas prácticas.



183575 PROJECTS

Download list as Excel (max. 1000 lines)

List Map

Project Title	Description	Topics	Start Year	Countries
DSH Positive Choices	Aims. The aim of the project was to create a best practice training resource representing a synergy between partners from different cultural backgrounds, working in different fields of education...	Early School Leaving / combating failure in education, Health and wellbeing	2015	DE, FR, ES, IT, PT, UK
★ SUCCESS STORY				
GOOD PRACTICE				
SUSTAIN	The SUSTAIN project contributes to the challenges, cities and regions throughout Europe face by developing education innovation that surpasses school boundaries and rigid curricula. The project de...	Natural sciences; Research and innovation; Environment and climate change	2017	ES, FR, IT, UK
★ SUCCESS STORY				
GOOD PRACTICE				
Let's Overcome Disabilities	The Project Content: The project is	Disabilities - special needs; Access	2016	DE, FR, IT, UK

6. Buenas prácticas

Scientists meet artists es una iniciativa en la que ciencia y arte van de la mano en una acción impulsada por el Campus del Mar y el Centro de Investigación Marina de la UVIGO (CIM) apoyada por la Xunta de Galicia.

Ilustradores y científicos se reunieron y trabajaron juntos para producir 12 láminas que celebran la Década de los Océanos de la UNESCO. Las obras de arte están inspiradas en conceptos y procesos relacionados con el medio marino. Se pueden descargar para colorear mediante los códigos QR que las acompañan, desde los que también se accede a las ideas originales que los inspiraron.



6. Buenas prácticas

Scientists meet artists

El pepino de mar, el gran desconocido. ¿Cuál es su papel en el océano?



Tania Ballesteros Otero

Es bióloga y cuenta con un Máster Interuniversitario de Biología Marina. Trabajó en diferentes empresas en roles de gestión de proyectos, trabajos de campo y estudios de calidad. En los últimos 5 años, su actividad laboral ha estado centrada en el cultivo de organismos marinos (microalgas, moluscos, esponjas y peces) y en el estudio y gestión de los recursos.

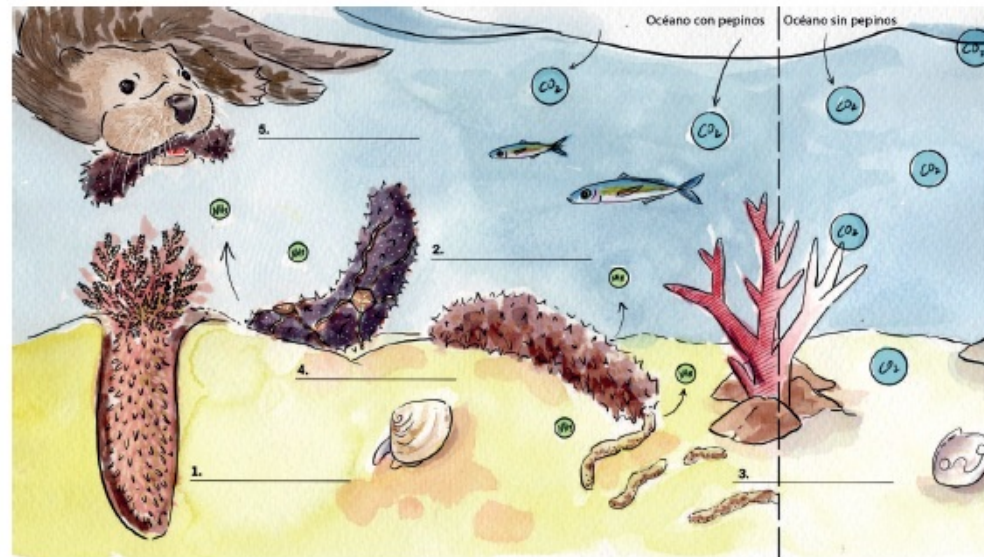
Investigadora



Clara Cerviño

Bióloga e ilustradora científica. Se licenció en Biología por la Universidad de Santiago de Compostela y cursó dos máster en la Universidad de Barcelona. En Portugal realizó el Curso de Formación en Ilustración Científica de la Universidad de Aveiro. Desde entonces se dedica profesionalmente a la ilustración científica. Además, es miembro del comité asesor de Ilustración y profesora en la academia del mismo nombre.

Ilustradora



Los pepinos de mar son animales muy importantes en los océanos porque: 1. los que viven enterrados, ayudan a la aireación del fondo, 2. su tipo de alimentación (detritívora), favorece el reciclaje de nutrientes, 3. reducen la acidez del océano, contrarrestando uno de los efectos del cambio climático, 4. son el hogar de otros animales favoreciendo que haya más especies (biodiversidad) y 5. sirven de alimento a otros animales (cadena trófica)

1. Aireación
2. Reciclado de nutrientes
3. Reducción de acidez
4. Biodiversidad
5. Cadena trófica

Muchas gracias
por su atención!



Universidad de Vigo

