

**Interreg**



Cofinanciado por  
la Unión Europea  
Cofinanciado pela  
União Europeia

**España - Portugal**

**TRANSCOM**  
EUROACE

## **PLAN DE MEDIOS, COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN**

PROYECTO  
0198\_TRANSCOM\_EUROACE\_4\_E”

*RED TRANSFRONTERIZA DE  
COMUNIDADES ENERGÉTICAS EN LA ZONA EUROACE*



**FRONTERAS CONECTADAS & COMUNIDADES UNIDAS  
ENERGÍAS COMPARTIDAS**

**FRONTEIRAS CONECTADAS & COMUNIDADES UNIDAS  
ENERGÍAS COMPARTILHADAS**

**[transcom-euroace.eu](https://transcom-euroace.eu)**

*El proyecto TRANSCOM-EUROACE está cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa Interreg VI-A España-Portugal (POCTEP) 2021-2027.*

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
0. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PROYECTO TRANSCOM_EUROACE	4
1. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	6
1.1. Objetivos de las acciones de difusión y publicidad	7
2. GRUPOS DESTINATARIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	8
3. ENFOQUE ESTRATÉGICO DEL PLAN	11
3.1. Estrategia	11
3.1.1. Accesibilidad de la información	11
3.1.2. Asesoría a las entidades beneficiarias	12
3.1.3. Responsables de la comunicación del Proyecto	12
4. MENSAJES PRINCIPALES DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	13
5. MEDIDAS DE COMUNICACIÓN	14
6. PRESUPUESTO INDICATIVO PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y ORGANISMOS RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN	24
7. SISTEMAS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	26
8. ANEXO	28

# INTRODUCCIÓN

Las acciones desarrolladas en materia de Información y Publicidad se desarrollarán conforme a las directrices establecidas en los documentos de referencia:

- Reglamento UE 1060/2021.
- Manual de identidad Gráfica TRANSCOM\_EUROACE, del Programa de Cooperación INTERREG VI-A España-Portugal POCTEP 2021-2027.

El contenido mínimo de un plan de comunicación para un proyecto europeo como TRANSCOM\_EUROACE debe ser detallado y estructurado para garantizar una difusión efectiva de los resultados y objetivos del proyecto. A continuación, se presenta una guía con los elementos esenciales que debe incluir:

1. Objetivos del Plan de Comunicación.
2. Grupos destinatarios del Plan de Comunicación.
3. Enfoque estratégico del Plan.
4. Mensajes principales de la campaña de comunicación.
5. Medidas de comunicación previstas.
6. Presupuesto indicativo para el desarrollo del Plan de Comunicación y organismos responsables de su ejecución.
7. Sistema de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación.



# - 0 -

## ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PROYECTO TRANSCOM\_EUROACE

El proyecto TRANSCOM\_EUROACE “Red Transfronteriza de Comunidades Energéticas en la Zona EUROACE”, aprobado por la Comisión Europea en su Decisión del 22 de agosto de 2022, el Programa Interreg VI-A España-Portugal (POCTEP) 2021-2027, es la consecuencia directa de la favorable experiencia que desde 1989 ha supuesto la cooperación en la línea fronteriza entre ambos países y que pretende continuar avanzando en la mejora de la calidad de vida de los habitantes del espacio de cooperación.

En particular, este Programa POCTEP permite aprovechar las redes de cooperación desarrolladas desde 1989, con ejecución de proyectos de infraestructuras materiales, a las que se han incorporado progresivamente otros sectores como el turismo, servicios sociales, medio ambiente, innovación tecnológica, sanidad, educación o cultura. Este espacio se estructura en 6 áreas de cooperación, respetando así las particularidades de los territorios de la mayor frontera interior de la Unión Europea:

- Área de Cooperación 1: Galicia-Norte de Portugal.
- Área de Cooperación 2: Norte de Portugal-Castilla y León.
- Área de Cooperación 3: Castilla y León-Centro de Portugal.
- Área de Cooperación 4: Centro-Extremadura-Alentejo.
- Área de Cooperación 5: Alentejo-Algarve-Andalucía.

El área de cooperación 4\_Centro\_Extremadura\_Alentejo es la que ocupa nuestro proyecto.

El **objetivo principal** del proyecto será promover la creación de comunidades energéticas, manteniendo siempre un enfoque transfronterizo y cooperativo entre todas las partes; que incluirá a la sociedad civil, al sector privado y a las autoridades públicas locales y regionales. El servicio transfronterizo ayudará a crear nuevas comunidades de energía a ambos lados de la frontera, que se aunarán en una red común que optimice la gestión energética y transfronteriza de los servicios ofrecidos, incluyendo la movilidad sostenible.

Como objetivos específicos de TRANSCOM\_EUROACE, encontramos:

## - 0 -

## ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PROYECTO TRANSCOM\_EUROACE

1. La creación de un **Servicio Transfronterizo de Asesoramiento Comunitario (STAC)** que ofrecerá asesoramiento a ambos lados de la frontera.

2. El desarrollo de **comunidades energéticas locales** en municipios de ambos lados de la frontera que conformarán una red transnacional de comunidades energéticas, con herramientas comunes para la realización de inversiones.

3. El impulso de actuaciones comunes en **movilidad sostenible, y de la red transfronteriza de puntos de recarga ya existente**, en beneficio de los miembros de las comunidades.

Adicionalmente, se plantean una serie de estudios e investigaciones conjuntas que optimicen la gestión energética de los servicios prestados, analicen los patrones de consumo, y planteen posibilidades de mejora. Este conocimiento adquirido se transferirá a los actores clave en el proceso a través de formación y jornadas transfronterizas de sensibilización y difusión.



# - 1 -

## OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación pretende reflejar el enfoque estratégico del proyecto TRANSCOM\_EUROACE y los medios que va a aplicar para impactar sobre los destinatarios del programa y alcanzar los objetivos del mismo.

El objetivo central de este Plan de Comunicación es transmitir a los potenciales destinatarios una imagen del proyecto TRANSCOM - EUROACE como es el **fomento para la creación de comunidades energéticas**, manteniendo siempre un enfoque **transfronterizo** y **cooperativo** entre todas las partes.

Con el contenido del Plan trataremos de abordar aspectos importantes de la comunicación del proyecto, como pueden ser:

- Potenciar la imagen de la Euro región Centro-Extremadura-Alentejo.
- Promover el interés del público objetivo del proyecto TRANSCOM\_EUROACE en la Euro región Centro-Extremadura-Alentejo.
- Favorecer la comunicación entre todos los perfiles de destinatarios del proyecto TRANSCOM\_EUROACE, propiciando las relaciones entre agentes con intereses comunes o complementarios.
- Captar iniciativas y colaboradores con un proyecto emprendedor o innovador para que participen en las diferentes actividades del proyecto TRANSCOM\_EUROACE, aumentando así las posibilidades de generar y consolidar negocios relacionados la creación de comunidades energéticas en la Euroregión.
- Captar agentes y organismos que ofrezcan servicios de apoyo a iniciativas y proyectos relacionados con el impulso de las comunidades energéticas en la Euroace.
- Desarrollar sinergias y propiciar acuerdos y redes de colaboración entre diferentes agentes involucrados en la creación de comunidades energéticas locales para explorar oportunidades de negocio en este sentido en la Euroregión (Centro-Extremadura-Alentejo).
- Producir y difundir información relevante sobre la creación de comunidades energéticas locales y generar conocimiento útil para impulsarlas en esta área en la Euroregión.

## - 1.1 -

### OBJETIVOS DE LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD

El objetivo de las acciones de difusión y publicidad es proporcionar la mayor visibilidad posible a todas las actuaciones del proyecto TRANSCOM\_EUROACE en la Euro región, con el fin de darlo a conocer entre el público objetivo del proyecto, en particular, y entre la población en general.

La planificación de estas acciones se puede consultar a lo largo de este Plan de Comunicación del proyecto.

Como normas generales aplicadas a las acciones de información y publicidad, se debe tener en cuenta:

- En todo el material de información y comunicación generado por el proyecto (carteles, publicaciones, material informativo, folletos, página web,...), así como en los documentos técnicos elaborados (informes de ejecución, actas de reuniones, documentación específica para el desarrollo de las actividades,...) se indicará expresamente la participación de la Unión Europea y la cofinanciación con el FEDER, además de incluir el logotipo del proyecto, y de forma opcional el del socio que los realiza.
- En la página web también debe ir el logotipo del POCTEP junto con el logotipo del proyecto.
- Las notas de prensa y anuncios desarrollados en los medios de comunicación, incluirán información explícita sobre el proyecto, el apoyo de la UE y la cofinanciación comunitaria del FEDER y del POCTEP, así como el logo del proyecto, y de forma opcional el del socio que los realiza.
- En los actos públicos, se colocará de forma visible los logotipos de la Unión Europea y del Programa en los paneles utilizados, y se tomarán siempre imágenes como soporte gráfico de los mismos.
- En los anuncios de licitación pública así como en los pliegos administrativos se señalará la participación financiera de la Unión Europea, del FEDER y del POCTEP, logotipo del proyecto, y de forma opcional el del socio que los realiza.

## - 2 -

# GRUPOS DESTINATARIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Como potenciales destinatarios, grupos de interés o público objetivo tendremos en consideración a los grupos que puedan verse afectados por el desarrollo del proyecto, mediante posibles impactos positivos o negativos para los mismos. Serán por tanto los principales destinatarios de las acciones de difusión y comunicación y, por ende, será necesario, primero su identificación, y, posteriormente, priorizar dentro de todo el conjunto estableciendo una estrategia de alcance para cada uno de ellos que capte su atención y, a la vez, que transmita los mensajes de forma eficaz.

Este Plan de Comunicación pretende ser una herramienta que nos sirva para conducir de forma eficiente los esfuerzos en términos de comunicación dirigidos a los grupos de interés.

A continuación, se muestra una lista de los públicos objetivos del proyecto TRANSCOM\_EUROACE que han sido identificados de Extremadura en España, y de Centro y Alentejo de Portugal:

- Autoridades nacionales, regionales, locales y demás instituciones públicas competentes.
- Parques, centros tecnológicos, centros de investigaciones científicas o laboratorios.
- Agentes económicos y sociales.
- Asociaciones empresariales y asociaciones socio-profesionales.
- Organizaciones sin ánimo de lucro relacionadas con el ámbito del proyecto.
- Medios de comunicación especializados.
- Medios de comunicación digital y prensa escrita.
- Instituciones europeas especializadas en el ámbito de actuación.
- Pymes que quieran potenciar sus mercados en relación con el proyecto.
- Entidades Locales
- Comunidades de propietarios
- Público en general.

A continuación se muestra en la tabla bajo estas líneas cada uno de los grupos de interés con el tipo de estrategia de comunicación que se llevará a cabo para comunicarles:



## - 2 -

## GRUPOS DESTINATARIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

GRUPO DE INTERÉS	GRUPO DE INTERÉS
Autoridades nacionales	Comunicación directa con el gabinete de prensa, relacionando el proyecto con sus intereses.
Autoridades regionales	Comunicaciones directa y fluida, algunos socios del proyecto son autoridades públicas (envío de mails).
Autoridades locales	Interaccionar con ellos a través de las dos diputaciones socios del proyecto (envío de mails, etiquetar en publicaciones, jornadas presenciales informativas).
Asociaciones empresariales y socioprofesionales	Comunicación cercana y fluida, invitar a las jornadas presenciales, mails, promocionando su imagen e informando de las acciones para su difusión.
Agentes económicos y sociales	Relación directa mediante socios del proyecto, envío de mails y presencia en jornadas presenciales así como difusión entre sus asociados.
Organizaciones sin ánimo de lucro	Contacto formal mediante mails, invitación a jornadas y difusión de la información así como el contacto telefónico en ocasiones.
Instituciones europeas	Comunicación a los gabinetes de prensa del ámbito del proyecto.
Pymes	Envío de mails a través de las asociaciones profesionales, difusión en redes sociales y prensa. Envío de información para asistir a los eventos organizados y contacto personal y telefónico.
Medios de comunicación especializados	Contacto mediante mail utilizando titulares de interés para el ámbito del proyecto y resaltado la contribución de la Unión Europea al mismo.
Medios de comunicación del ámbito del proyecto	Contactos de prensa para el envío de mails con la información a difundir así como los actos a celebrar.
Entidades Locales y Comunidades de propietarios	Comunicación cercana y fluida, invitar a las jornadas presenciales, mails, promocionando su imagen e informando de las acciones para su difusión
Público en general	Establecer un lenguaje para todos, accediendo a los medios más visitados como las redes sociales y los medios radiofónicos, estando presente en los principales actos abiertos al público.

Tabla 1. Stakeholders del proyecto y tipo de estrategia de alcance de cada uno de ellos

## - 2 -

# GRUPOS DESTINATARIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Se puede establecer un nivel de prioridades para los grupos de interés, basándose en:

- La capacidad de influencia actual y a medio/largo plazo.
- Las expectativas y nivel de interés en el compromiso, así como su voluntad en la participación.
- Tipo de relación existente con el grupo de interés.
- Conocimiento de la organización y relación con el objetivo último del proceso de diálogo.
- Tipo de grupo de interés (público, interno, social, corporativo...).
- Dimensión geográfica del proceso.
- Y, contexto social.

En función de los resultados del proceso de priorización, los grupos de interés menos relevantes para el proyecto serán gestionados de manera generalmente unidireccional, para ir incrementando el nivel de bidireccionalidad en la comunicación en los más relevantes.

# - 3 -

## ENFOQUE ESTRATÉGICO DEL PLAN

### - 3.1 -

### ESTRATEGIA

Las acciones que se fijan en este Plan de Comunicación podrán tener un carácter temporal variable, existiendo algunas acciones que se desarrollarán de forma continuada durante todo el período 2023-2026 y otras que se llevarán a cabo en momentos puntuales.

En la estrategia se pueden considerar tres fases que susciten un avance progresivo en la difusión del Proyecto:

- **Fase 1:** Lanzamiento: En esta etapa debe darse a conocer la existencia del Proyecto TRANSCOM\_EUROACE y sus características.
- **Fase 2:** Ejecución y seguimiento: En ella se irá profundizando en el conocimiento y difusión del proyecto.
- **Fase 3:** Ejecución y cierre: En esta última etapa, el proyecto se encuentra en una fase muy avanzada, por lo que es el momento idóneo para difundir los resultados obtenidos. Esta fase irá enfocada especialmente al público general, de la manera más amplia posible.

### - 3.1.1 -

### ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN

Toda la información sobre el Programa, convocatorias, proyectos, etc., estará disponible en una página web, en español y portugués.

- **Comunicación Interna** para llevar a cabo una comunicación interna de calidad es primordial el uso de un servidor de correo seguro. Como primera medida interna se ha aceptado especificar en el asunto del mail el nombre del proyecto: TRANSCOM\_EUROACE, para tener así mejor organización tanto en la bandeja de entrada como filtrado de búsqueda o identificación por parte del receptor de la prioridad del correo. AGENEX utiliza una nube pública, en este caso es OneDrive. Será por tanto el punto de intercambio de archivos entre los socios, evitando el envío masivo de mails y el constante manejo de documentación entre los interesados. Toda la información se colgará y estará disponible para su descarga por parte de los socios del proyecto.

Con esta forma de trabajar en equipo, de forma colaborativa y en la distancia, evitamos la pérdida de información en los correos electrónicos, el filtrado de datos fraudulento que pueda surgir, optimizando el tiempo y siendo más efectivos en nuestras comunicaciones. Se propone además el uso de herramientas digitales que supondrían claras ventajas en la comunicación del proyecto.

- **Comunicación externa:** para difundir y promover la imagen del proyecto TRANSCOM\_EUROACE se llevará a cabo una campaña promocional:

- Noticias en la página web creada para el proyecto, así como en las existentes para los 13 socios del mismo; redes sociales (igualmente las del proyecto y las de los socios); Newsletter.
- Mailing
- Elaboración y distribución de material promocional (cartelería, tríptico etc.)
- Producción de plantillas para soportes electrónicos como web, mails, presentaciones PowerPoint, publicaciones, ficheros word para la elaboración de distintos documentos, etc.

### - 3.1.2 - ASESORÍA A LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS

Para ayudar a los beneficiarios en sus actividades de comunicación, se prestará asesoría directa a las entidades beneficiarias en materia de información y comunicación (contactos telefónicos, emails, comunicaciones escritas, reuniones,...), resolviendo dudas sobre las obligaciones reglamentarias de información y publicidad, y aconsejando sobre los soportes y/o medidas de comunicación más adecuados.

### - 3.1.3 - RESPONSABLES DE LA COMUNICACIÓN DEL PROYECTO

La comunicación del proyecto TRANSCOM\_EUROACE será llevada a cabo por dos de uno de los socios del proyecto, la Federación de Municipios y Provincias de Extremadura (FEMPEX).

## - 4 -

## MENSAJES PRINCIPALES DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

Los mensajes del proyecto resumen la “esencia” del proyecto. Siendo simples y concretos, suponen la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para el público objetivo. Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará.

Como mensajes clave para las acciones de difusión y comunicación externa se han desarrollado los siguientes:

ASPECTO A DIFUNDIR	MENSAJE	EJEMPLO DE ACTIVIDAD O RESULTADO CONCRETO
Proyecto europeo a favor de la creación de comunidades energéticas locales	“La Comisión Europea cofinancia un proyecto de cooperación europea para potenciar el establecimiento de comunidades energéticas renovables”	Mensaje en Nota de Prensa sobre la Firma del acuerdo y el Lanzamiento del proyecto.
La creatividad como base de la innovación y de la competitividad	“Creatividad e Imaginación son la base de la innovación en nuestra sociedad/empresas”	Mensaje para las jornadas de difusión de la guía de buenas prácticas
Las ideas y la creatividad son esenciales para el desarrollo del sector	“Nuevas ideas para seguir creciendo – la creatividad crea redes verdes”	Mensaje para el Informe Final, la Conferencia final y la Página web
Intercambio de experiencias en el ámbito de la creatividad empresarial	“Ser creativo, ser emprendedor, ser innovador. Aprender creando en compañía”	Mensaje para invitación a y el material promocional de los talleres de creatividad

# - 5 - MEDIDAS DE COMUNICACIÓN

## Ficha Medida IC01

TÍTULO MEDIDA	IDENTIDAD CORPORATIVA
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - junio 2024
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento
<b>Objetivo:</b>	Implementar y promover la nueva imagen gráfica del programa INTERREG España-Portugal y TRANSCOM_EUROACE, dentro del proceso de armonización del logotipo común INTERREG.
<b>Descripción:</b>	
<p>El logotipo Interreg España-Portugal se enmarca en el proceso de armonización del logotipo común INTERREG. Para difundir y promover la imagen corporativa se llevará a cabo una campaña promocional que consistirá en lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Noticias en la web POCTEP; redes sociales; newsletter</li> <li>• Mailing a las Estructuras de Gestión</li> <li>• Elaboración y distribución de material promocional (cartelería, merchandising, serigrafado)</li> <li>• Producción de papelería (cartas, sobres, tarjetas) y nuevas plantillas para soportes electrónicos (web, mails, presentaciones PowerPoint, publicaciones, ficheros word para la elaboración de distintos documentos, etc....)</li> <li>• Logotipo TRANSCOM_EUROACE</li> </ul>	

**EJEMPLO:**

Ficha Medida IC02

TÍTULO MEDIDA	PÁGINA WEB DEL PROYECTO
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - junio 2024
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento
<b>Objetivo:</b>	Crear una página accesible y adaptada a las necesidades de información de las entidades beneficiarias y público en general, con un gestor de contenidos que permita su actualización.
<b>Descripción:</b>	
<p>Puesta en marcha de una nueva página web como principal herramienta de información, publicidad y comunicación del Proyecto que permita difundir la información conjunta.</p> <p>La nueva web presentará una navegación intuitiva, práctica y funcional, con varios motores de búsqueda disponibles, incorporación de nuevos elementos visuales (vídeos), enlaces a las redes sociales, e-newsletter, marketplace y catálogo buenas prácticas, contenidos en portugués, formularios, encuestas y promoción de eventos, etc.</p> <p>Se pretende una página web que potencie una máxima interactividad entre todos los usuarios de la web.</p>	

**EJEMPLO (enlace):** [www.transcom-euroace.eu](http://www.transcom-euroace.eu)



**Ficha Medida IC03**

TÍTULO MEDIDA	REDES SOCIALES
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento Fase 2: Ejecución y seguimiento Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Dinamizar y reforzar la presencia del Proyecto en las redes sociales, como forma de interacción con sus personas destinatarias.
<b>Descripción:</b>	
<p>El Proyecto tendrá su presencia en las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube.</p> <p>Con estas herramientas de comunicación se pretende capitalizar y difundir los buenos resultados del proyecto, así como informar de la evolución del mismo y las principales actividades llevadas a cabo. A través de estas redes sociales, el proyecto interactúa, además de con sus entidades beneficiarias y estructuras de gestión, con el conjunto de la ciudadanía europea y especialmente las personas que habitan en la frontera hispano-lusa.</p>	

**EJEMPLOS (enlaces):**

- <https://twitter.com/localcir>
- <https://www.facebook.com/pages/localcir>



**Ficha Medida IC04**

<b>TÍTULO MEDIDA</b>	<b>PUBLICACIONES, FOLLETOS, DÍPTICOS, TRÍPTICOS</b>
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento Fase 2: Ejecución y seguimiento Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Presentar el Programa en líneas generales, dando información resumida sobre su contenido
<b>Descripción:</b>	
Todas las publicaciones se editarán en formato digital para su publicación en la página web del Proyecto.	

**EJEMPLO:** Localcir



**Ficha Medida IC05**

TÍTULO MEDIDA	PUBLICACIONES: NEWSLETTERS PERIÓDICO
<b>Calendario temporal:</b>	Junio 2024 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 2: Ejecución y seguimiento Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Facilitar información periódica sobre la ejecución del Programa, y destacar información específica de los proyectos (logros y resultados).
<p><b>Descripción:</b></p> <p>Edición digital y distribución trimestral de una revista de noticias del Programa, con las principales novedades, destacando los hitos más importantes y los resultados del proyecto. Esta revista incorporará los elementos necesarios para que la lectura resulte más intuitiva, dinámica y atractiva.</p> <p>La distribución de las Newsletter será realizada por cada uno de los socios.</p>	

**EJEMPLO:** Localcir

**Ficha Medida IC06**

<b>TÍTULO MEDIDA</b>	<b>EVENTOS:</b> JORNADAS INFORMATIVAS, FORMATIVAS Y TEMÁTICAS
<b>Calendario temporal:</b>	Julio 2024 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Informar y formar a las personas beneficiarias potenciales y finales sobre las oportunidades de establecer una red de cooperación para el establecimiento de comunidades energéticas, los procedimientos de gestión, seguimiento, control y sobre la normativa comunitaria. Por otra parte, se pretende capitalizar los resultados de los proyectos, intercambiar experiencias, conocimientos y buenas prácticas.
<b>Descripción:</b>	Jornadas técnicas informativas/formativas sobre establecimiento de comunidades energéticas dirigidas a todas las entidades beneficiarias del proyecto. Jornadas temáticas de capitalización de resultados y buenas prácticas, organizados en estrecha colaboración con la entidad beneficiaria.



## Ficha Medida IC07

TÍTULO MEDIDA	MATERIAL PROMOCIONAL
<b>Calendario temporal:</b>	Enero 2024 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento
<b>Objetivo:</b>	Homogeneizar y dar una unidad a toda la identidad gráfica del Programa.
<b>Descripción:</b>	
<p>Cartelería. Con motivo de la realización del Seminario de Presentación del Programa se elaborarán varias pancartas y carteles de diversos tamaños para su utilización en los eventos públicos del Programa. También se elaborarán roll-ups portátiles que facilitan su utilización y montaje en varios eventos.</p> <p>Merchandising, elaboración y distribución de merchandising. Este material será distribuido en eventos.</p>	

## Ficha Medida IC08

TÍTULO MEDIDA	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 1: Lanzamiento Fase 2: Ejecución y seguimiento Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Incrementar la visibilidad del Programa y de la acción de la UE de cara a la opinión pública en general.
<b>Descripción:</b>	
<p>Medios de Comunicación (Media) Asesoramiento y redacción de notas de prensa sobre la apertura de convocatorias, Comités, Eventos, etc.</p> <p>Ruedas de prensa, entrevistas a las estructuras de gestión del Programa sobre su avance y desarrollo.</p> <p>Campañas radio, prensa, TV e internet para difusión de las actividades de cooperación, logros y buenas prácticas.</p> <p>Seguimiento de noticias sobre el POCTEP.</p>	

**Ficha Medida IC09**

TÍTULO MEDIDA	AUDIOVISUAL
<b>Calendario temporal:</b>	Noviembre 2023 - diciembre 2026
<b>Público destinatario:</b>	Todas las entidades
<b>Fase:</b>	Fase 3: Ejecución y cierre
<b>Objetivo:</b>	Dar a conocer los resultados del Programa y de los proyectos (principalmente los proyectos de más impacto), al público en general.
<b>Descripción:</b>	
<p>Audiovisual.</p> <p>Se elaborará un video corporativo (al inicio del proyecto) y un video de resultados (al final del proyecto).</p> <p>Estos soportes tendrán un enfoque muy didáctico y revelador del impacto de las acciones de cooperación transfronteriza, incluyendo ejemplos de acciones cofinanciadas, y testimonios de las propias entidades beneficiarias y otros intervinientes involucrados.</p>	

**RECORDATORIO:****REQUISITOS PARA CUALQUIER PUBLICIDAD O PUBLICACIÓN  
RELACIONADOS CON TRANSCOM\_EUROACE**

El logotipo del Programa “Interreg España-Portugal” + logo TRANSCOM\_EUROACE + mención a los Fondos FEDER debe estar presente en todos los documentos utilizados para el público o para los participantes en las actividades del Proyecto

Todos los socios deben dar información del Proyecto en su página web: nombre de la operación, breve descripción (coste total y FEDER, calendario, socios, etc), objetivos y resultados haciendo referencia a la ayuda financiera de la UE/FEDER/POCTEP)

Todos los socios deben colocar un poster (tamaño mínimo de A3) del Proyecto en un lugar visible

Disclaimer: en los textos, blogs, artículos, videos, cuñas de radio, etc...; producidos en el marco de los proyectos incluir la siguiente mención según proceda:

*“Este/a vídeo/web/cuenta ha sido cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER a través del POCTEP. Las opiniones son de exclusiva responsabilidad del autor que las emite”*





- 6 -

**PRESUPUESTO INDICATIVO PARA  
EL DESARROLLO  
DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y  
ORGANISMOS RESPONSABLES  
DE SU EJECUCIÓN**

*(ver cuadro en página siguiente)*



MEDIDAS DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD	ORGANISMOS ENCARGADOS DE LA EJECUCIÓN	MEDIOS UTILIZADOS	PRESUPUESTO	INDICADORES DEFINIDOS EN EL PROYECTO
Plan de Comunicación y Diseminación	BP_AGENEX	Internet	13.000,00 €	A.6.1.
Diseño de página web y kit de identidad visual	BP_AGENEX		6.000,00 €	A.6.1.
Material, organización de jornadas, videos y conferencia final	BP_AGENEX	Materiales promocionales. Actos públicos y medios de comunicación	17.500,00 €	A.6.2 // A.6.3
Materiales de comunicación y organización de jornadas de difusión	BE2_AREANATEJO		44.712,00 €	
	BE3_DG COOPERATIVAS			
	BE6_DIP.CÁCERES			
	BE7_UEX			
	BE8_UNIVERSIDADE DE ÉVORA			
BE10_CIMAC				
Apoyo externo para acciones de comunicación, materiales de comunicación y organización de jornadas de difusión y explotación de resultados.	BE4_DG D RURAL	33.153,39 €		
	BE13_FEMPEX			

## - 7 -

# SISTEMAS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.

En el siguiente cronograma se plasman las acciones a llevar a cabo durante la actividad de comunicación a lo largo de todo el desarrollo del proyecto TRANSCOM\_EUROACE.

El sistema de seguimiento está orientado a comprobar el cumplimiento de lo planificado en el presente Plan de Comunicación. En particular, evaluará los siguientes aspectos:

- El Plan de Comunicación y sus avances (medidas del Plan que se llevan a cabo).
- Los medios de comunicación utilizados.
- El grado de ejecución del Plan (indicadores definidos en el Proyecto).
- El contenido de cualquier modificación importante del Plan.

Las evaluaciones del Plan de Comunicación tendrán por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo y los indicadores establecidos para cada una de las medidas, es decir, medir la eficacia de las medidas de comunicación seleccionadas.

Este seguimiento y evaluación se reflejará en los informes de evaluación que acompañan a cada solicitud de pago. Estos informes, además permitirán analizar el estado en la ejecución de las medidas así como tomar las medidas necesarias para corregir las desviaciones que se puedan producir.

El sistema de seguimiento y evaluación permitirá monitorizar la evolución de los indicadores en cuanto a su ejecución y ajuste a lo presupuestado, y respeto del cronograma de ejecución planificado.

Esta información se verá reflejada además en los informes anuales y en el informe final de ejecución.

ACCIONES	DESCRIPCIÓN ACCIONES	2024						2025						2026															
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACCIONES DE COMUNICACIÓN	Evaluación y seguimiento del Plan de Comunicación																												
	Base de datos de actores clave, materiales de comunicación y perfiles sociales																												
	Relaciones con la prensa																												
	Imagen del Proyecto y diseño gráfico de elementos de difusión																												
	Boletines de Proyecto cada 3 meses																												
	Web y perfiles en redes sociales																												
	Videos promocionales, uno inicial y otros 3 con los avances del proyecto																												
	Noticias en prensa redes sociales y blogs																												
	Organización de un webinar a nivel nacional para explotación de resultados																												



# - 8 - ANEXO

## Logotipo del proyecto TRANSCOM\_EUROACE

Se ha diseñado un logotipo oficial para el proyecto que se puede descargar en todas sus versiones del OneDrive del proyecto.



## Logotipos de los socios del proyecto

ENTIDAD SOCIA	LOGOTIPO	WEB
Agencia Extremeña de la Energía (AGENEX)		<a href="https://www.agenex.net/es/">https://www.agenex.net/es/</a>
Agência Regional de Energia e Ambiente do Norte Alentejano e Tejo		<a href="https://www.areanatejo.pt/">https://www.areanatejo.pt/</a>
DG de Cooperativas y Economía Social. Junta de Extremadura		<a href="https://www.juntaex.es/lajunta/consejeria-de-agricultura-ganaderia-y-desarrollo-sostenible/direccion-general-de-cooperativas-y-economia-social">https://www.juntaex.es/lajunta/consejeria-de-agricultura-ganaderia-y-desarrollo-sostenible/direccion-general-de-cooperativas-y-economia-social</a>
DG de Desarrollo Rural. Junta de Extremadura		<a href="https://www.juntaex.es/lajunta/consejeria-de-agricultura-ganaderia-y-desarrollo-sostenible/direccion-general-de-desarrollo-rural">https://www.juntaex.es/lajunta/consejeria-de-agricultura-ganaderia-y-desarrollo-sostenible/direccion-general-de-desarrollo-rural</a>
Dip. Badajoz. Área de Desarrollo Rural y Sostenibilidad		<a href="https://desarrollorural.dip-badajoz.es/">https://desarrollorural.dip-badajoz.es/</a>

ENTIDAD SOCIA	LOGOTIPO	WEB
Diputación Provincial de Cáceres	 DIPUTACIÓN DE CÁCERES	<a href="https://www.dip-caceres.es/">https://www.dip-caceres.es/</a>
Universidad de Extremadura	 UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	<a href="https://www.unex.es/">https://www.unex.es/</a>
Universidade de Évora	 UNIVERSIDADE DE ÉVORA	<a href="https://www.uevora.pt/">https://www.uevora.pt/</a>
CIMA. Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo	 CIMA COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DO ALTO ALENTEJO	<a href="https://www.cimaa.pt/">https://www.cimaa.pt/</a>
CIMAC. Comunidade Intermunicipal do Alentejo Central	 ALENTEJO CENTRAL COMUNIDADE INTERMUNICIPAL	<a href="https://www.cimac.pt/">https://www.cimac.pt/</a>
CIMBB. Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa	 BEIRA BAIXA COMUNIDADE INTERMUNICIPAL	<a href="https://www.cimbb.pt/">https://www.cimbb.pt/</a>
CIMBAL. Comunidade Intermunicipal do Baixo Alentejo	 cimbal COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DO BAIXO ALENTEJO	<a href="https://cimbal.pt/pt/Default.aspx">https://cimbal.pt/pt/ Default.aspx</a>
Federación de Municipios y Provincias de Extremadura	 FEMPEX FEDERACIÓN DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS DE EXTREMADURA	<a href="https://www.fempex.es/">https://www.fempex.es/</a>

Cualquiera de los logotipos reflejados en la tabla anterior se pueden descargar desde el OneDrive habilitados para este proyecto o en su web.

### **Elementos a incluir en todas las comunicaciones.**

En todos los documentos generados por los socios deben incluirse de manera obligatorio:

- El logotipo de Transcom\_Euroace
- El claim “El proyecto TRANSCOM-EUROACE está cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa Interreg VI-A España-Portugal (POC-TEP) 2021-2027”.

En el OneDrive habilitado para este proyecto y en su web está disponible para descargarse, la plantilla en PowerPoint que se debe utilizar para las presentaciones que los socios realicen en los diferentes eventos y acciones que se desarrollen con motivo del TRANSCOM\_EUROACE (FORMATO\_PRESENTACIÓN\_TRANSCOM).

### **Plantilla Nota de prensa**

Del mismo modo, en el OneDrive está disponible para descargarse, la plantilla en Word que se debe utilizar para las notas de prensa generadas por los socios. (documento plantilla\_NOTA\_PRENSA).



**Interreg**



Cofinanciado por  
la Unión Europea  
Cofinanciado pela  
União Europeia

**España - Portugal**



**TRANSCOM**  
EUROACE

**[transcom-euroace.eu](https://transcom-euroace.eu)**