



Interreg
España - Portugal



Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional



INNOSPITAL: HACIA UN NUEVO MODELO DE HOSPITAL BASADO EN LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

TÍTULO DOCUMENTO:

**Plan de Comunicación Proyecto
INNOSPITAL**

**RESPONSABLE: Comité de Comunicación
y Explotación de resultados**

FECHA DE ENTREGA: Inicio del proyecto.

AUTORES: SACYLINNOVA

CONTRIBUCIONES:



**BIOTECYL, Cluster Sociosanitario de
Extremadura, Instituto Pedro Nunes.**

RESUMEN DEL DOCUMENTO:

Este documento describe el Plan de Comunicación del proyecto INNOSPITAL, donde se establecerán los objetivos, público destinatario, enfoque estratégico, cronograma y evaluación de las acciones de difusión del proyecto.

LISTADO DE BENEFICIARIOS

	<p>Gerencia Regional de Salud de Castilla y León</p>	<p>Responsable de proyecto: Unidad Sacylinnova</p> <p>Responsable de comunicación: Unidad Sacylinnova</p> <p>Contacto: sacylinnova@saludcastillayleon.es</p>
	<p>Cluster de Salud de Castilla y León (BIOTECYL)</p>	<p>Responsable de proyecto: Ana Victoria Pérez Rodríguez</p> <p>Responsable de comunicación: Ana Victoria Pérez Rodríguez</p> <p>Contacto: anavperez@biotecyl.com</p>
	<p>Fundación para la Formación y la Investigación de los Profesionales de la Salud de Extremadura</p>	<p>Responsable de proyecto: Jonathan Gómez Raja</p> <p>Responsable de comunicación: Jonathan Gómez Raja</p> <p>Contacto: jonathan.gomez@fundesalud.es</p>
	<p>Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra</p>	<p>Responsable de proyecto: Alexandre Lourenço</p> <p>Responsable de comunicación: Patricia Couceiro</p> <p>Contacto: alexandre.lourenco@chuc.min-saude.pt patricia.couceiro@chuc.min-saude.pt</p>
	<p>Universidade de Aveiro</p>	<p>Responsable de proyecto: Daniel Ferreira Polónia</p> <p>Responsable de comunicación: Daniel Ferreira Polónia</p> <p>Contacto: dpolonia@ua.pt</p>
	<p>Associação Portuguesa de Administradores Hospitalares</p>	<p>Responsable de proyecto: Miguel Lopes</p> <p>Responsable de comunicación: Alexandra Santos</p> <p>Contacto: alexandra.santos@apah.pt</p>

 <p>Cluster de la Salud</p>	<p>Cluster Sociosanitario de Extremadura</p>	<p>Responsable de proyecto: José Nicolás Montero Jaramillo</p> <p>Responsable de comunicación: Beatriz Solís Trenado</p> <p>Contacto: administracion@clustersalud.es</p>
	<p>Instituto Pedro Nunes - Associação para a Inovação e Desenvolvimento em Ciência e Tecnologia.</p>	<p>Responsable de proyecto: Alberto Valejo</p> <p>Responsable de comunicación: Alberto Valejo</p> <p>Contacto: avalejo@ipn.pt</p>

ÍNDICE

I.- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO INNHOSPITAL	5
II.- INTRODUCCIÓN.....	5
III.-PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO INNHOSPITAL	7
1.- OBJETIVOS.....	7
2. PÚBLICO DESTIANTARIO.....	8
3.- ENFOQUE ESTRATÉGICO	9
4.- MENSAJES	15
5.- CRONOGRAMA.....	16
6. INDICADORES DE COMUNICACIÓN	17
7. NORMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PROYECTOS COFINANCIADOS POR POCTEP 2014-2020.....	18

I.-PRESENTACIÓN DEL PROYECTO INNOSPITAL

INNOSPITAL: HACIA UN NUEVO MODELO DE HOSPITAL BASADO EN LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO, es un proyecto liderado por el Servicio de Salud de Castilla y León (SACYL), a través de su Unidad de Innovación “Sacylinnova”. El proyecto INNOSPITAL, está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa INTERREG V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020 y ha obtenido una financiación de más de 600.000 €.

El objetivo de InnHOSPITAL es avanzar hacia un nuevo rol de hospital en la sociedad, donde además de fuente de conocimiento (científico y asistencial), los hospitales se posicionen como generadores de retornos económicos derivados de la explotación de dicho conocimiento.

Para ello es necesario mejorar la participación del tejido empresarial y de los hospitales en los procesos de innovación y en las actividades de I+D+i más cercanas al mercado, aumentando la cultura de innovación en hospitales, adoptando medidas de apoyo a los innovadores para facilitar el desarrollo exitoso de las iniciativas, y potenciando las sinergias y la transferencia de conocimiento entre hospitales y tejido empresarial.

Los **resultados** se centran en el impulso de la actividad innovadora en los centros sanitarios, promoviendo la cultura de innovación e instaurando estructuras y metodologías de apoyo, definiendo indicadores de innovación y potenciando la participación del tejido empresarial a través de colaboraciones efectivas que den lugar al desarrollo conjunto de patentes, proyectos transferidos a la industria, spin-offs, etc.

El proyecto se desarrollará con el horizonte temporal del año 2021, y comprende 6 grandes actividades:

- A1 – Fomento cultura de innovación y emprendimiento en hospitales.
- A2 – Metodologías de gestión de innovación sanitaria.
- A3 – Evaluación impacto actividades innovación hospitales.
- A4 – Redes de colaboración público – privada.
- A5 – Coordinación.
- A6 – Comunicación.

El **consorcio** encargado del desarrollo del proyecto está formado por 8 entidades:

Por parte de España:

- Gerencia Regional de Salud de Castilla y León.
- Cluster de Salud de Castilla y León (BIOTECYL).
- Fundación para la Formación y la Investigación de los Profesionales de la Salud de Extremadura.
- Cluster Sociosanitario de Extremadura.

Por parte de Portugal:

- Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra.
- Universidade de Aveiro.
- Associação Portuguesa de Administradores Hospitalares.
- Instituto Pedro Nunes - Associação para a Inovação e Desenvolvimento em Ciência e Tecnologia.

II.- INTRODUCCIÓN

Si en el desarrollo de cualquier proyecto de innovación son importantes las actividades de comunicación y difusión, sin duda, éstas cobran especial relevancia en los proyectos europeos de cooperación transfronteriza. La comunicación se convierte en una herramienta clave para dar a conocer y hacer tangibles los resultados de un proyecto. Desde la Unión Europea además se presta cada vez más atención a las actuaciones llevadas a cabo para difundir las acciones de los proyectos, poniendo especial énfasis en dar a conocer el origen de los fondos y en trasladar a la ciudadanía las actuaciones que desde la Unión Europea se apoyan.

Surge de este modo la necesidad de desarrollar un PLAN DE COMUNICACIÓN que cumpla con las directrices establecidas en los documentos de referencia:

- Reglamento UE Nº 1303/2013 (Artículos 115-117 y Anexo XII puntos 2.2-5), y Reglamento de Ejecución UE Nº 821/2014 (capítulo II, Arts. 3, 4, 5 y Anexo).
- Resumen del Manual de Identidad Gráfica POCTEP, del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2014-2020.

Para garantizar desde el principio una planificación y una gestión eficaz de las actividades y herramientas de comunicación y difusión siguiendo la normativa comunitaria, y atendiendo a los contenidos mínimos que ha de integrar un Plan de Comunicación, se elabora y pone a disposición de los beneficiarios este **PLAN DE COMUNICACIÓN del proyecto INNHOSPITAL** que incluye los siguientes apartados, enumerados en el índice:

1. Objetivos
2. Público destinatario
3. Enfoque estratégico, Medidas de comunicación previstas (herramientas y canales de comunicación)
4. Mensajes principales de la campaña de comunicación
5. Cronograma y organismos responsables de su ejecución
6. Indicadores y evaluación.
7. Normas de información y comunicación para proyectos cofinanciados por POCTEP 2014-2020.

Este Plan pretende ser un manual y una guía estratégica que marque las líneas generales de comunicación del proyecto y su estrategia, señalando de forma clara y concisa **QUÉ** contar (mensaje), a **QUIÉN** y **CÓMO** contarlo (acciones).

III.-PLAN DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO INNHOSPITAL

1.- OBJETIVOS

El **objetivo general** de este Plan de Comunicación es: transmitir a los potenciales destinatarios del proyecto, tanto interno como externo, la estrategia del proyecto y los medios que va a utilizar para llegar a ellos y alcanzar los objetivos del mismo.

Los **objetivos específicos relativos a la comunicación interna** engloban los siguientes:

- **Garantizar el flujo constante de la información** entre las entidades que participan en la ejecución de la estrategia creando, habilitando y alimentando las vías de comunicación internas que permiten el intercambio eficaz de información y documentación entre los mismos.
- **Incorporar la dimensión de la comunicación** en el día a día del proyecto, entendiendo no sólo las obligaciones reglamentarias sino asumiendo la comunicación como una forma de hacer el proyecto.

Los **objetivos ESPECÍFICOS relativos a la comunicación externa** engloban los siguientes:

- **Garantizar la visibilidad** del proyecto INNHOSPITAL en los medios de comunicación y las redes sociales (RRSS) así como de los órganos financiadores y de las entidades participantes en el consorcio.
- **Dar a conocer el proyecto** a los actores involucrados y a los principales beneficiarios.
- **Generar el diálogo e intercambio de opiniones** entre los destinatarios a través de la comunicación en medios online y **establecer un control y evaluación** de las acciones de comunicación de INNHOSPITAL.
- **Incentivar a emprendedores y empresarios** a adoptar técnicas y prácticas innovadores, creativas o eficaces en el ámbito sanitario.
- **Desarrollar sinergias y propiciar alianzas y redes de colaboración** entre diferentes agentes del sector sanitario para explorar oportunidades de negocio y de innovación en las tres regiones.
- **Informar y comunicar los resultados** del mismo a organismos y entidades públicas y privadas de nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto.

En su ejecución participarán los ocho beneficiarios, quienes deberán informar de las actividades de difusión y comunicación que realicen. Este documento será revisado y actualizado cada seis meses, en caso de ser necesario.

2. PÚBLICO DESTINATARIO

Las actividades de comunicación y difusión del proyecto INNHOSPITAL tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e información a diferentes grupos de población. La definición de los destinatarios determina los contenidos de las acciones de comunicación, así como la forma en que se impactará sobre cada uno de estos perfiles, y el momento cronológico.

Se trata de los siguientes grupos:

Destinatarios directos internos

- Beneficiarios que forman el consorcio.
- Responsables de la gestión y coordinación del Programa POCTEP.

Destinatarios directos externos

- Profesionales de los centros sanitarios de las regiones participantes.
- Pequeñas y medianas empresas de las regiones participantes.
- Emprendedores con proyectos empresariales en fases tempranas.
- Organismos intermedios, como centros tecnológicos, universidades, etc. y entidades de apoyo a la creación de empresas y empresas especializadas de soporte a la innovación.

Destinatarios generales:

- Usuarios de los centros sanitarios de las diferentes regiones.
- Decisores políticos a nivel local, regional, nacional y europeo.
- Organismos y entidades público-privadas de otras regiones europeas.
- Sociedades científicas y colegios profesionales
- Los medios de comunicación y los agentes económicos y sociales, entre otros grupos de interés.
- La sociedad en general.

3.- ENFOQUE ESTRATÉGICO

La estrategia de comunicación hace referencia a la manera en que se van a llevar a cabo las acciones de divulgación concebidas en el presente Plan.

En nuestro caso, estas acciones se llevarán a cabo de forma activa e integral, abarcando todo el ciclo de ejecución del proyecto, desde su fase de lanzamiento hasta su cierre y presentación de resultados y todas ellas ligadas a los objetivos del proyecto y su población diana.

En este sentido, la estrategia estará orientada a:

- Habilitar cauces de información interna entre los distintos beneficiarios del proyecto cobrando especial importancia la relación con el beneficiario principal y este a su vez con la Autoridad de Gestión y Secretaría Conjunta.
- Desarrollar un plan mixto de medios en comunicación externa que incluye:
 - Una parte centrada en la comunicación digital, haciendo énfasis en el desarrollo de las redes sociales y demás contenido digital, en especial la web del proyecto.
 - Publicidad en medios convencionales u otro tipo de acciones que se reservarán para determinadas acciones concretas y que tienen como finalidad un enfoque de campaña masiva o global,
 - Relación con los medios de comunicación y público destinatario en general, a través de la organización de eventos.

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

En todas las comunicaciones directamente orientadas al público prioritario, incluyendo las RRSS y los contenidos de la página web y teniendo en cuenta el territorio, se utilizará el idioma castellano y portugués de forma ordinaria y el inglés de forma ocasional según se valore su impacto.

MEDIDAS DE COMUNICACIÓN PREVISTAS

Medidas de Comunicación interna:

El objetivo es sistematizar y estructurar la información para garantizar una gestión eficaz y transparente del proyecto, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los beneficiarios y entre estos y la Autoridad de Gestión. Esto se pretende mediante:

- Sharepoint en internet con acceso para todos los beneficiarios donde se puede:
 - ✓ Recibir y enviar correos a todos los beneficiarios.
 - ✓ Compartir documentos de trabajo como las actas de reuniones, presentaciones, borradores de notas de prensa, material divulgativo, borradores y plantillas de informes, borradores de informes...
 - ✓ Elaborar conjuntamente y compartir los Informes de Actividad
 - ✓ Biblioteca con documentos, logos y enlaces útiles para el trabajo de los beneficiarios
- Reuniones periódicas de beneficiarios-

- Herramientas de telecomunicación (videoconferencias y correo electrónico)
- Herramienta Cooperera 2020

Medidas de comunicación externa y difusión:

Incluyen tanto la difusión y comunicación a los potenciales destinatarios directos como a los grupos de destinatarios indirectos o como hemos denominado, destinatarios generales. Comprende las siguientes:

Imagen Corporativa

- **Creación de un Logotipo:** lo realizará el Beneficiario Principal con la aprobación del resto de beneficiarios. El logotipo tiene como fin asociar al proyecto un elemento visual que facilite su identificación tanto a los beneficiarios como a los grupos destinatarios. Este logotipo servirá de imagen corporativa del proyecto y será utilizado en todas las actividades (talleres, seminarios, foros, concursos de ideas, etc.) llevadas a cabo en el marco del proyecto. El logotipo deberá reflejar la filosofía del proyecto: un nuevo concepto de hospital donde la innovación constituye uno de los pilares básicos de su actividad diaria.
- **Diseño de cartelería:** lo realizará el Beneficiario Principal con la aprobación del resto de beneficiarios.

Web y Tecnologías de la Información

- **Creación y diseño de la Página Web del proyecto** (<https://www.saludcastillayleon.es/profesionales/es/innhospital>), responsabilidad del Beneficiario Principal (creación, gestión y actualización) y enlaces a la misma desde las páginas propias de cada socio.

La web incluirá:

- Información general del proyecto: descripción de los objetivos y actividades, beneficiarios participantes, regiones involucradas, resultados alcanzados, etc.
- Información sobre la actividad principal de cada socio en su territorio.
- Sección de búsqueda de colaboradores para el desarrollo de proyectos e iniciativas de innovación
- Sección para la difusión de casos de éxito en innovación sanitaria en el territorio transfronterizo.

Además, la web estará disponible portugués y castellano, mostrará de forma visible información sobre la cofinanciación por parte del Programa Interreg POCTEP y los fondos FEDER y respetará las normas de comunicación y publicidad requeridas para todos los proyectos cofinanciados con fondos FEDER.

- Interacción en las **redes sociales (RRSS)** de cada entidad: Twitter, LinkedIn y Facebook fundamentalmente. Creación del hashtag #INNHOSPITAL.
- Generación de **Newsletters** del proyecto: se generará una newsletter periódica que incluirá los avances más importantes del proyecto hasta ese momento, los eventos celebrados o de próxima celebración, noticias relevantes para el sector, etc. La Newsletter se distribuirá entre las redes de

contactos de los beneficiarios, a través de la página web y a todos aquellos interesados y suscritos a la misma.

Material Promocional:

- Diseño e impresión de carteles: Se exhibirán en todos los eventos relacionados con el proyecto. Recogerá la información, los beneficiarios participantes y las entidades financiadoras del proyecto, así como el código numérico y nombre del proyecto y convocatoria.
- Diseño e impresión de Roll-up: Se exhibirá en todos los eventos relacionados con el proyecto.
- Folletos con Información general del proyecto e información sobre actividades y publicaciones específicas.
- Material promocional para cursos, jornadas, ruedas de prensa, talleres, encuentros.
- Video promocional del proyecto
- E-newsletter

Medios de comunicación:

- Redacción y publicación de notas de prensa (revisadas por el BP)
- Redacción y publicación de Artículos/Publicaciones (revisadas por el BP)

Actos y Eventos:

- Jornada de lanzamiento del proyecto. El objetivo del evento de lanzamiento será presentar INNOSPITAL y sus objetivos, así como las actuaciones que se pondrán en marcha. Se invitará a entidades participantes, a la prensa y otros organismos e instituciones que estén implicadas de forma directa o indirecta en las actuaciones del proyecto, así como a los principales grupos de destinatarios definidos en este Plan de Comunicación.
- Cada socio llevará a cabo una serie de eventos (talleres y seminarios) que, además de contribuir a mejorar sus competencias en innovación, servirán como foro para dar difusión a los objetivos y actividades de INNOSPITAL entre los asistentes.
- El evento fundamental de difusión lo constituirá el “Foro Transfronterizo de Innovación Sanitaria”.
- Otros foros: además se harán tres eventos de carácter anual en los que se hará un esfuerzo por reunir a todos los actores principales de la innovación sanitaria para cumplir con los objetivos del proyecto (compartir y dar a conocer buenas prácticas en fomento y gestión de la innovación, difundir iniciativas y proyectos de éxito, lanzar la convocatoria del concurso de ideas), pero también será el escenario ideal para dar difusión al proyecto en sí mismo, asegurando de este modo una mayor audiencia.
- Jornada final de presentación de resultados del proyecto con todos los actores. Esta jornada se difundirá por parte del BP en prensa, redes sociales y cualquier otro medio en colaboración con el resto de los beneficiarios.

Publicaciones y material resultante:

- Publicaciones
- Actas de las reuniones
- Informes para las Autoridades de gestión

El Proyecto INNHOSPITAL asigna como Responsable de Comunicación del Proyecto al beneficiario principal, la unidad SACYLINNOVA de la Gerencia Regional de Salud de Castilla y León.

Como responsable de la información y comunicación velará por el buen desarrollo de este Plan y por la exitosa ejecución de las actividades planteadas, así como por que las actividades de comunicación de cada beneficiario sean coherentes entre sí.

El resto de los beneficiarios se comprometerán a mantenerla informada de todas y cada una de las actividades de información y difusión previstas y/o ejecutadas, del envío de notas de prensa, dossieres y reportajes previos a su publicación y además se comprometerán a mantener actualizada esta información en el Sharepoint de Innhospital de forma que sea visible para el resto de los beneficiarios.

**RELACIÓN ENTRE OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN,
DESTINATARIOS Y HERRAMIENTAS**

	DESTINATARIO DIRECTO INTERNO	DESTINATARIO DIRECTO EXTERNO	DESTINATARIO GENERAL
OBJETIVO GENERAL			
Transmitir a los potenciales destinatarios del proyecto, tanto internos como externos, la estrategia del proyecto y los medios que va a utilizar para llegar a ellos y alcanzar los objetivos del mismo	Web Correo electrónico Foros Reuniones presenciales y on-line	RRSS Web Foros Newsletters	RRSS Web Newsletters
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
Garantizar el flujo constante de la información entre las entidades que participan en la ejecución de la estrategia creando, habilitando y alimentando las vías de comunicación internas que permiten el intercambio eficaz de información y documentación entre los mismos	Sharepoint Correo electrónico Web Reuniones presenciales y on-line		
Garantizar la visibilidad del proyecto INNOSPITAL, sus financiadores y beneficiarios, en los medios de comunicación y las redes sociales (RRSS).	Web Correo electrónico Foros Reuniones presenciales y on-line	RRSS Web Foros Newsletters	RRSS Web Newsletters
Dar a conocer el proyecto a los potenciales actores involucrados y a los principales beneficiarios.	Sharepoint Correo electrónico Web Foros Reuniones presenciales y on-line Newsletters	RRSS Web Notas en medios Publicaciones Foros Newsletters	Notas en medios RRSS Cartelería Publicaciones Web Newsletters
Incorporar la dimensión de la comunicación en el día a día del proyecto, entendiendo no sólo las obligaciones reglamentarias sino asumiendo la comunicación como una forma de hacer el proyecto.	Sharepoint Correo electrónico Web Foros Reuniones presenciales y on-line		

Generar el diálogo e intercambio de opiniones entre los públicos objetivos a través de la comunicación en medios online y establecer un control y evaluación de las acciones de la comunicación de INNOSPITAL.	Web RRSS Newsletters	Web RRSS Newsletters	Web RRSS Newsletters
Incentivar a emprendedores y empresarios a adoptar técnicas y prácticas innovadoras, creativas o eficaces en el ámbito sanitario.		Foros, seminarios RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters	Foros, seminarios RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters
Desarrollar sinergias y propiciar alianzas y redes de colaboración entre diferentes agentes del sector sanitario para explorar oportunidades de negocio y de innovación en las tres regiones.		Foros, seminarios RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters	Foros, seminarios RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters
Informar y comunicar los resultados del mismo a organismos y entidades públicas y privadas de nacionales y europeas que podrían estar interesadas en el proyecto.		RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters	RRSS WEB Publicaciones Prensa escrita Newsletters

4.- MENSAJES

Los mensajes del proyecto que serán sencillos, concretos y relevantes para los destinatarios, se engloban en alguno de los siguientes grupos:

- De descripción básica del proyecto.
- De justificación del proyecto
- De cooperación
- De apoyo europeo
- De resultados

TEMÁTICA	MENSAJE
EL PROYECTO INNHOSPITAL	“Un proyecto plurirregional cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) cuyo objetivo es avanzar hacia un nuevo modelo de hospital basado en la innovación y la transferencia del conocimiento”
SURGE DEBIDO A	“La necesidad de avanzar hacia un nuevo rol de hospital en la sociedad, donde además de fuente de conocimiento (científico y asistencial), los hospitales se posicionen como generadores de retornos económicos derivados de la explotación de dicho conocimiento.”
NECESITA DE	“El trabajo de un consorcio plurirregional en el que participan 8 beneficiarios, 4 españoles y otros 4 portugueses.”
CUENTA CON	“Fondos europeos, más de 600.000 euros de fondos FEDER del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal Interreg V-A (POCTEP) que tiene como objetivo potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación”
PARA	-Impulsar la actividad innovadora de un centro sanitario, centrados en promover la cultura de innovación e instaurar estructuras y metodologías de apoyo, así como indicadores de innovación y colaboraciones efectivas con el tejido empresarial. - Obtener resultados en innovación, como fruto de la colaboración entre los centros sanitarios y el tejido empresarial, que den lugar al desarrollo conjunto de iniciativas, patentes, proyectos transferidos a la industria, creación de spin-offs, etc

5.- CRONOGRAMA

Actividad		2019						2020												2021											
		7	8	9	10	1 1	1 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Actividades propias del Plan	Elaboración del Plan																														
	Desarrollo y seguimiento del Plan																														
	Evaluación del Plan																														
Comunicación Corporativa	Diseño Logotipo																														
	Diseño Web																														
	Diseño cartelería																														
	Herramientas de comunicación interna																														
Comunicación interna y externa	Impresión de carteles y Roll ups																														
	Reunión lanzamiento																														
	Foro Anual																														
	Foro Transfronterizo																														
	Concurso de ideas																														
	Prensa escrita																														
	RRSS																														
	Newsletter																														
	Reunión cierre																														

6. INDICADORES DE COMUNICACIÓN

Todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo en el desarrollo del proyecto INNHOSPITAL están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en los siguientes indicadores:

ACTIVIDADES	INDICADOR DE PROCESO	Ind	INDICADOR DE RESULTADO	Ind
DESARROLLO DEL PROYECTO	Plan de Comunicación	SI/NO	fecha	
	Logo	SI/NO	fecha	
	Carteles	SI/NO	Nº impresiones Actos en los que se exponen	
	Otros: rollup, manuales...	SI/NO	Nº de impresiones	
ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	Nº de actos de difusión		Asistentes	
	Nº Empresas en Foros		Nº Empresas	
	Nº de seminarios/talleres		Asistentes	
DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Perfiles sociales creados		Impactos	
	Publicaciones en facebook		Nº me gustas	
	Tweets		Seguidores Twits favoritos menciones	
	Nº Medios escritos		Nº notas de prensa	
	Nº TV y radios		Nº apariciones	
PUBLICACIONES REALIZADAS	Folletos y material divulgativo	SI/NO	Nº ejemplares	
	Encuestas	SI/NO	Nº encuestas cumplimentadas	
INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB	Webs	SI/NO	Nº Accesos	
	Newsletters	SI/NO	Nº accesos	

Se realizará en el marco del Plan de Comunicación una evaluación anual de los indicadores y una evaluación final de la estrategia implementada en este proyecto para el período 2019-2021.

La evaluación final pretende medir el éxito de la ejecución y la eficiencia en la consecución de los objetivos definidos. El grado de visibilidad y concienciación del proyecto en los destinatarios, será evaluado a través de las siguientes acciones:

- Cuantificación de los indicadores de comunicación establecidos.
- Valoración en cuanto al cumplimiento de las obligaciones de publicidad.

7. NORMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PROYECTOS COFINANCIADOS POR POCTEP 2014-2020

Todos los beneficiarios de un proyecto POCTEP se comprometen a que todas las acciones de información y comunicación, en el marco del Programa Interreg V-A España-Portugal, incluyan lo siguiente:

- El emblema de la UE, con la designación Unión Europea sin abreviar y una referencia explícita al FEDER.
- Asegurar la publicidad de la contribución financiera a través del FEDER en la ejecución de todas las intervenciones e informar al partenariado de dicha contribución financiera. Incluir en cualquier documento relacionado con el proyecto una declaración en que se informe que el POCTEP ha recibido apoyo del FEDER.
- El logotipo Interreg España-Portugal
- El logotipo INNHOSPITAL

El proyecto ya dispone de un logotipo propio que será utilizado por los beneficiarios en sus webs, plantillas de informes, boletines, actas, actividades, eventos y en la elaboración de documentos y materiales de difusión.



Normativa para los logotipos:

- Usar logotipo Interreg junto con el acrónimo INNHOSPITAL. Éste último se colocaría debajo o a la derecha.

En nuestro caso, para unificar todas las publicaciones del proyecto y evitar confusiones que pudieran evitar el cumplimiento de las normas de publicidad del programa se aconseja utilizar en todas las ocasiones el Logotipo de Poctep con el logotipo de INNHOSPITAL a la derecha.



- En cuanto al logotipo POCTEP, siempre que figuren otros logotipos, tendrá como mínimo el mismo tamaño en altura y anchura que el mayor de los logotipos incluidos, de conformidad con el Reglamento de Ejecución (UE) N° 821/2014 (Art. 4, punto 5).

En la **página web** del proyecto se incluirá la descripción del mismo, objetivos, resultados y el apoyo financiero FEDER. El emblema de la UE y la referencia a la Unión debe ser visible sin hacer scroll, debe estar en color y debe tener el mismo tamaño que el mayor de los demás logotipos. Esto mismo para las webs de las entidades con información sobre el proyecto. Mantener la información de la web hasta 2023.

Otras acciones:

Asegurar la colocación de los elementos informativos establecidos (placas, cartelería) que incluyan mención a la ayuda financiera FEDER.

Distribuir gratuitamente los resultados, productos y entregables a los Estados Miembros, AG y SC.

Registrar cronológicamente todas las acciones de información y comunicación con ejemplos (fotografías, actas...) en formato papel/electrónico. Una reunión entre beneficiarios o cualquier otro evento debe incluirse, adjuntando fotos donde se vean los participantes, bandera, logotipos (carteles publicitarios, presentaciones...)

Incluir información sobre los resultados de las acciones de información y comunicación en los informes de evolución que acompañan a cada solicitud de pago.

Comunicar a la AG, a través del SC, cualquier información o comparecencia relevante sobre la operación publicada o transmitida a través de los medios de comunicación.

En la difusión de acciones y resultados mencionar que las opiniones comprometen únicamente a los beneficiarios y no representan la opinión oficial de las estructuras de gestión de POCTEP.

La información completa sobre logotipos y responsabilidades de los beneficiarios está disponible en el sitio web del Programa:

http://www.poctep.eu/sites/default/files/orientaciones_bb_normas_ic_es_0.pdf