



# PLAN DE COMUNICACIÓN

***Proyecto SIRENA: Sistema Remoto Integral de Monitorización,  
Detección y Predicción de Riesgos de Eventos Marinos  
Potencialmente Nocivos de Origen Natural o Antrópico en Áreas  
Off-Shore Destinadas a la Acuicultura***



*Este proyecto se desarrolla con la colaboración de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través del Programa Pleamar, y se cofinancia por la Unión Europea por el FEMPA (Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura).*

*Las opiniones y documentación aportadas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad del autor o autores de la misma, y no reflejan necesariamente los puntos de vista de las entidades que apoyan económicamente el proyecto*

ENERO 2025

## Tabla de contenidos

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción .....                                  | 3  |
| 2. Contexto del Proyecto .....                         | 3  |
| 2.1. Objetivo general .....                            | 3  |
| 2.2. Entidades participantes .....                     | 3  |
| 2.3. Relevancia para la comunidad acuícola.....        | 4  |
| 2.4. Colaboración y financiación.....                  | 4  |
| 3. Objetivos de comunicación .....                     | 4  |
| 4. Estrategia de comunicación .....                    | 6  |
| 4.1. Público objetivo .....                            | 6  |
| 4.2. Mensajes clave.....                               | 6  |
| 4.3. Canales de comunicación .....                     | 6  |
| 5. Actividades y acciones de comunicación .....        | 7  |
| A0.1 Análisis y planificación de la comunicación.....  | 7  |
| A0.2 Imagen gráfica y manual de identidad .....        | 7  |
| A0.3 Elaboración de notas de prensa .....              | 8  |
| A0.4 Folleto resumen del proyecto .....                | 8  |
| A0.5 Publicaciones en Web .....                        | 8  |
| A0.6 Publicaciones en redes sociales .....             | 9  |
| A0.7 Envío de newsletters .....                        | 9  |
| A0.8 Organización de la jornada final.....             | 9  |
| A0.9 Producción de un vídeo divulgativo .....          | 10 |
| A0.10 Acciones de diseminación científica.....         | 10 |
| A0.11 Webinars divulgativos .....                      | 10 |
| Actividades adicionales:.....                          | 11 |
| 6. Calendario y planificación de actividades .....     | 12 |
| 7. Fuentes de verificación .....                       | 13 |
| 8. Consideraciones y directrices de comunicación ..... | 13 |
| 9. Evaluación de la comunicación e impactos.....       | 14 |
| 9.1. Objetivo de la evaluación .....                   | 14 |
| 9.2. Metodología de evaluación .....                   | 14 |
| 9.3. Evaluación a mitad del proyecto .....             | 14 |
| 9.4. Evaluación final del proyecto.....                | 15 |
| 9.5. Evaluación continua.....                          | 16 |
| 9.6. Informe de evaluación final .....                 | 16 |

## 1. Introducción

El proyecto SIRENA es una iniciativa cuyo objetivo principal es el **desarrollo de herramientas innovadoras para la monitorización medioambiental de las granjas acuícolas** en Gran Canaria. Estas herramientas tienen aplicaciones más allá de la región, con potencial para ser implementadas en otras áreas, tanto dentro como fuera de España. A través de tres pilares fundamentales —identificación remota de eventos mediante satélites, observaciones in-situ para la validación de modelos y modelización matemática para realizar predicciones—, el proyecto contribuirá al monitoreo de los ecosistemas marinos y acuícolas, mejorando la sostenibilidad del sector.

Este plan de comunicación busca garantizar la correcta difusión de los avances y resultados del proyecto, involucrando a los diferentes agentes del sector acuícola y fortaleciendo la visibilidad tanto local como nacional e internacional de las soluciones desarrolladas.

## 2. Contexto del Proyecto

### 2.1. Objetivo general

El objetivo del proyecto es desarrollar herramientas avanzadas para la monitorización medioambiental de las granjas acuícolas en Gran Canaria, prestando especial atención a eventos potencialmente nocivos para la acuicultura, como las floraciones de algas o vertidos, así como a la trazabilidad de la huella de la actividad acuícola en el entorno marino.

La monitorización se hará mediante la identificación remota de eventos mediante imágenes de satélite que se complementan con observaciones in situ para validar modelos desarrollados ad hoc y, por último, la modelización matemática para realizar predicciones.

Las empresas de acuicultura y las Administraciones, científicos, etc. podrán beneficiarse de estas herramientas que facilitarán la toma de decisiones.

Los resultados del proyecto serán difundidos mediante acciones de comunicación planificadas a lo largo de la duración del mismo.

### 2.2. Entidades participantes

- **CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas):** Coordinado por la Dra. Ana María Mancho, la cual lidera la parte relacionada con la modelización matemática.
- **ULPGC (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria):** Dirigido por el Prof. Dr. Ángel Rodríguez Santana, quien lidera la parte de observación remota e in-situ y el Dr. Antonio Juan González Ramos, encargado de la teledetección.
- **GAC-GC (Grupo de Acción Costera de Gran Canaria):** Organiza las actividades de comunicación del proyecto como entidad subcontratada y facilita el contacto con el sector acuícola insular.

## 2.3. Relevancia para la comunidad acuícola

La existencia de un modelo de predicción del alcance de un evento de origen natural o antrópico con posibilidad de afección a las instalaciones de acuicultura, permitirá a los acuicultores tomar las decisiones oportunas para reducir el impacto de tales eventos sobre los animales estabulados (hasta el momento en las Islas Canarias toda la acuicultura offshore que se realiza es de peces).

Así mismo, el modelo se puede utilizar para determinar el impacto de la actividad sobre el entorno circundante permitiendo la toma de decisiones formadas no solo a los acuicultores sino a las Administraciones competentes.

Si bien la toma de datos in situ, solo se realizará en Gran Canaria, el modelo que se desarrolle será de aplicación en otras localidades.

## 2.4. Colaboración y financiación

Este proyecto se desarrolla con la colaboración de la Fundación Biodiversidad, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, a través del Programa Pleamar, y se cofinancia por la Unión Europea por el FEMPA (Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura).

# 3. Objetivos de comunicación

El plan de comunicación tiene como objetivo principal asegurar que el proyecto sea visible, comprensible y relevante para los diferentes actores involucrados o interesados (stakeholders). Para alcanzar este propósito, se establecen cuatro objetivos clave que guiarán todas las actividades de comunicación a lo largo del proyecto. Estos objetivos se establecen no sólo para garantizar el impacto y la divulgación de los resultados, sino también para fomentar la colaboración y el aprendizaje compartido entre las partes interesadas.

## 1. Informar a los *stakeholders* sobre los avances del proyecto, su impacto y resultados

**Objetivo:** Mantener informados a los *stakeholders* clave sobre el progreso del proyecto, las actividades realizadas y los resultados obtenidos en cada fase del proyecto.

### Acciones específicas:

- **Comunicación continua:** A través de boletines informativos (*newsletters*), actualizaciones en redes sociales y publicaciones en la página web del proyecto.
- **Webinars y Jornadas:** Organizar eventos en línea (webinars) y jornadas presenciales para presentar los avances, discutir resultados y compartir experiencias entre los participantes, facilitando la retroalimentación y el diálogo.

### Impacto esperado:

- Mejorar el nivel de conocimiento y el grado de implicación de los stakeholders, incluyendo las entidades científicas, la industria acuícola, las autoridades públicas, y las organizaciones colaboradoras.
- Incrementar la percepción de transparencia y fiabilidad del proyecto, lo que contribuirá a generar confianza entre los participantes y entidades relacionadas.

## 2. Promover la colaboración entre entidades científicas, las empresas de acuicultura y las Administraciones.

**Objetivo:** Establecer y fortalecer relaciones colaborativas entre los diferentes actores del ecosistema acuícola (científicos, empresas, Administraciones públicas) para fomentar la sinergia y maximizar el impacto del proyecto.

### Acciones específicas:

- **Networking y colaboración interinstitucional:** Organizar encuentros y reuniones entre las partes involucradas en el proyecto para intercambiar ideas, establecer vínculos y explorar nuevas oportunidades de colaboración.
- **Publicaciones científicas y divulgativas:** Difundir los avances del proyecto en revistas científicas, conferencias y simposios, facilitando la transferencia de conocimientos desde la investigación hacia la práctica.
- **Participación en foros y plataformas internacionales:** Asegurar la visibilidad del proyecto en foros internacionales de acuicultura y sostenibilidad, promoviendo la integración de nuevas tecnologías y enfoques dentro del sector.

### Impacto esperado:

- Favorecer la colaboración y cooperación efectiva entre entidades científicas, industriales y gubernamentales, lo que facilitará el desarrollo de soluciones innovadoras que puedan ser aplicadas en la industria acuícola, contribuyendo a la sostenibilidad de la actividad.
- Generar un entorno más inclusivo y multidisciplinar en torno al proyecto, impulsando la innovación a través de la colaboración intersectorial.

## 3. Aumentar la visibilidad del proyecto a nivel regional, nacional e internacional

**Objetivo:** Incrementar el perfil y la notoriedad del proyecto, promoviendo que los resultados y actividades sean conocidos a nivel regional, nacional e internacional.

### Acciones específicas:

- **Difusión en medios de comunicación:** Realizar campañas de comunicación a través de notas de prensa y colaboraciones con medios especializados en acuicultura, medio ambiente y tecnología. El objetivo es garantizar que los resultados del proyecto lleguen a un público amplio, más allá de los actores directos.

- **Eventos y conferencias:** Participar y presentar el proyecto en conferencias, talleres, exposiciones y eventos tanto nacionales como internacionales, aumentando su visibilidad en la comunidad científica y empresarial.
- **Redes sociales y web:** Utilizar las plataformas digitales del proyecto (página web, redes sociales) para generar contenido atractivo y accesible, utilizando hashtags relacionados como #FEMPA, #FondosEuropeos, #Pleamar, etc., para mejorar la visibilidad del proyecto en diferentes públicos.

#### Impacto esperado:

- Crear una red amplia de actores interesados en el proyecto, lo que contribuirá a su éxito a largo plazo mediante la atracción de nuevos inversores, socios potenciales y otras fuentes de apoyo.
- Posicionar al proyecto como un referente en innovación dentro del sector acuícola.

## 4. Estrategia de comunicación

### 4.1. Público objetivo

- **Stakeholders locales y regionales:** incluyendo empresas acuícolas, asociaciones de pescadores, Administraciones públicas, ONGs ambientales, etc.
- **Comunidad científica y académica:** investigadores, universidades y centros de investigación.
- **Público general:** con un interés en la sostenibilidad y la innovación tecnológica aplicada al medio ambiente y la acuicultura.

### 4.2. Mensajes clave

- **Innovación tecnológica:** nuevas herramientas de monitorización medioambiental para mejorar la sostenibilidad del sector acuícola.
- **Impacto positivo medioambiental y económico:** mejora de la trazabilidad ambiental y respuesta ante eventos nocivos como floraciones de algas.
- **Aplicabilidad global:** potencial de exportación y aplicación de las herramientas fuera de Gran Canaria.

### 4.3. Canales de comunicación

Las **herramientas de comunicación** que se utilizarán para difundir los progresos de SIRENA son los siguientes:

- Notas de prensa.
- Publicaciones científicas.
- Fotografías.
- Gráficos e infografías.
- Vídeos.

En cuanto a los **canales de comunicación** para difundir los contenidos, se trabajarán en los siguientes:

- Páginas web: del proyecto y de entidades colaboradoras.
- Páginas web de stakeholders (blogs, revistas científicas...).
- Medios de comunicación digitales y tradicionales (periódicos, radio, televisión).
- Redes sociales de entidades colaboradoras.
- Newsletter propia del proyecto.
- Eventos presenciales y virtuales (webinars).
- Participación en congresos.

## 5. Actividades y acciones de comunicación

### A0.1 Análisis y planificación de la comunicación

#### Acciones:

- **Análisis de los beneficiarios potenciales:** identificación de los beneficiarios del proyecto a nivel local, regional y nacional (incluyendo entidades representativas como APROMAR).
- **Desarrollo de estrategia de comunicación:** elaboración de un documento estratégico que contemple el cronograma de las actividades de comunicación, identificando los principales stakeholders y los canales de difusión adecuados para cada uno.
- **Establecimiento de la estrategia de continuidad:** planificar que los resultados del proyecto continúen siendo aprovechados tras la finalización del mismo, mediante el contacto continuo con beneficiarios y otras partes interesadas.

#### Resultados esperados:

- **R0.1.1** Listado de stakeholders
- **R0.1.2** Plan de comunicación y los informes de progreso (intermedio y final).
- **R0.1.3** Esquema de continuidad de la línea de trabajo

### A0.2 Imagen gráfica y manual de identidad

#### Acciones:

- **Diseño del logo y manual de identidad visual:** creación de una imagen gráfica coherente con los objetivos del proyecto y las directrices de comunicación del programa de cofinanciación.
- **Aplicación de la imagen:** uso del logo y los elementos gráficos en todos los materiales de comunicación y difusión (folletos, newsletters, vídeos, etc.).

#### Resultados esperados:

- **R0.2:** Logo y manual de identidad visual elaborados y aplicados en todos los materiales del proyecto.

## A0.3 Elaboración de notas de prensa

### Acciones:

- **Redacción de notas de prensa:** elaboración de dos notas de prensa durante el ciclo del proyecto, una al inicio, anunciando los objetivos y la puesta en marcha del proyecto, y otra al final, resumiendo los resultados obtenidos.
- **Difusión a medios de comunicación:** envío de las notas de prensa a medios locales, regionales y nacionales, e inclusión de las mismas en las plataformas de los participantes.

### Resultados esperados:

- **R0.3:** publicación de al menos 2 notas de prensa en medios locales y en la página web del proyecto<sup>1</sup>. Se garantiza el envío a varios medios de comunicación locales pero no se puede garantizar la publicación.

## A0.4 Folleto resumen del proyecto

### Acciones:

- **Diseño del folleto digital:** creación de un folleto resumen en formato digital, destacando los objetivos, actividades y resultados del proyecto.
- **Distribución:** envío del folleto a beneficiarios, entidades colaboradoras y otros interesados principalmente a través de canales online.

### Resultados esperados:

- **R0.4:** distribución del folleto digital a los beneficiarios y stakeholders clave.

## A0.5 Publicaciones en Web

### Acciones:

- **Publicación en blogs y web:** publicación de al menos 15 artículos en blogs, en la página web del proyecto y en otros blogs de los participantes del proyecto.
- **Optimización del contenido:** cada publicación debe tener un enfoque específico para cada público objetivo, con un mensaje claro sobre los avances y resultados del proyecto. Por ejemplo, el enfoque de ICMAT será matemático para facilitar la difusión del proyecto en sus canales.

---

<sup>1</sup> Debido a la tipología del proyecto y al programa que lo respalda (Pleamar), la página web del proyecto ha sido establecida por la Fundación Biodiversidad en la plataforma del programa Pleamar, y se utilizará para difundir los contenidos y noticias relacionadas con el proyecto. Se puede acceder a ella aquí: <https://www.programapleamar.es/proyectos/sirena-sistema-remoto-integral-de-monitorizacion-deteccion-y-prediccion-de-riesgos-de>

### Resultados esperados:

- **R0.5:** Publicación de 15 artículos o entradas de blog en la página web del proyecto y otras plataformas digitales asociadas.

## A0.6 Publicaciones en redes sociales

### Acciones:

- **Realización de publicaciones en redes sociales:** creación de al menos 15 publicaciones relacionadas con el proyecto en las redes sociales de los participantes (Twitter, LinkedIn).
- Se planificará de forma colaborativa entre todos los participantes del proyecto para agilizar la creación y la variedad de contenido.
- **Utilización de hashtags y menciones:** empleo de hashtags como #FEMPA, #FondosEuropeos, #Pleamar, y etiquetado de cuentas de redes sociales relevantes (e.g., @FondosUE\_Esp @FBiodiversidad).

### Resultados esperados:

- **R0.6:** Al menos 15 publicaciones en redes sociales sobre el proyecto.

## A0.7 Envío de newsletters

### Acciones:

- **Elaboración de newsletters:** creación y distribución de 15 boletines informativos periódicos para mantener a los beneficiarios y partes interesadas informados sobre el progreso del proyecto y otras noticias relacionadas.
- **Aprobación por la Fundación Biodiversidad:** las newsletters serán revisadas y validadas por la FB antes de su distribución.

### Resultados esperados:

- **R0.7:** envío de 15 newsletters a los beneficiarios y entidades interesadas.

## A0.8 Organización de la jornada final

### Acciones:

- **Organización del evento final:** planificación y ejecución de una jornada final en Gran Canaria, dirigida a los beneficiarios del proyecto, investigadores y miembros del sector acuícola, con el objetivo de compartir los resultados obtenidos y asegurar la transferencia de conocimiento.
- **Documentación:** el evento será documentado con fotos, vídeos y un informe de conclusiones.

### Resultados esperados:

- **R0.8:** Celebración de la jornada final con un mínimo de 30 asistentes y la entrega de un informe con las conclusiones.

## A0.9 Producción de un vídeo divulgativo

### Acciones:

- **Producción del vídeo:** creación de un vídeo divulgativo que resuma los principales resultados del proyecto. El vídeo debe ser accesible, incluyendo subtítulos y adaptado para diferentes plataformas (web, redes sociales, presentaciones).
- **Difusión:** publicación del vídeo en plataformas digitales y su presentación durante la jornada final.

### Resultados esperados:

- **R0.9:** el vídeo divulgativo será distribuido y compartido, con subtítulos y accesibilidad adecuada.

## A0.10 Acciones de diseminación científica

### Acciones:

- **Participación en congresos y reuniones científicas:** Presentación de los resultados del proyecto en al menos 2 congresos o seminarios científicos. Los congresos más adecuados se seleccionarán durante la implementación del proyecto.
- **Informe de las actividades científicas:** Elaboración de un informe detallado sobre las presentaciones realizadas y el impacto científico del proyecto.
- **Contacto con diferentes asociaciones científicas y plataforma tecnológicas:** Se identificará y se establecerán las relaciones con diferentes asociaciones, p.ej. PROTECMA, Red de Matemática e Industria (Math-in) etc.

### Resultados esperados:

- **R0.10:** informe de las reuniones científicas en que se haya presentado resultados, incluida la participación en al menos 2 congresos nacionales/internacionales

## A0.11 Webinars divulgativos

### Acciones:

- **Webinars:** se organizarán al menos 2 webinars. En los próximos meses, se decidirá el formato y público objetivo, con posibilidad de involucrar a otros colaboradores (p.e., expertos internacionales en acuicultura).

## Resultados esperados:

- **R0.11:** 2 Webinars divulgativos

## Actividades adicionales:

Para asegurar que el proyecto cumpla con todos los requisitos de comunicación establecidos por el programa y maximice su visibilidad, se implementarán las siguientes actividades adicionales. Estas actividades no están contempladas directamente en el marco lógico del proyecto, pero son fundamentales para garantizar la correcta difusión, la visibilidad del proyecto y el cumplimiento de las normativas de comunicación.

- **Utilización de la página Web del proyecto**

Publicación de contenidos en la página del proyecto disponible en la plataforma del programa Pleamar. Se publicarán actualizaciones periódicas sobre el avance del proyecto utilizando materiales y artículos ya creados y distribuidos en las newsletters, así como cualquier documento o recurso que ayude a contextualizar los resultados del proyecto.

## Acciones:

- Publicar al menos **un artículo o actualización mensual** en la página web del proyecto.
- **Optimizar la navegación y la visibilidad** de los contenidos en la página para facilitar el acceso a la información actualizada.
- **Uso de enlaces** a newsletters y otros recursos digitales ya publicados.

## Resultado esperado:

- Mejorar la accesibilidad y difusión del proyecto, asegurando que los beneficiarios y otros interesados puedan acceder fácilmente a información relevante.
- Cumplir con la obligación de mantener actualizada la página web del proyecto según los requisitos de comunicación establecidos por el programa.

- **Cartel informativo**

Se producirán carteles informativos (M10) sobre el proyecto y la financiación recibida tanto para el CSIC como para la ULPGC, con el fin de promover la visibilidad del mismo. Los carteles se colocarán en lugares estratégicos y accesibles para garantizar que la información llegue al público adecuado.

## Acciones:

- **Diseño gráfico:** Se trabaja el diseño de los carteles siguiendo las directrices de identidad visual del proyecto y los requisitos del programa, incluyendo los logotipos necesarios.
- **Ubicación de los carteles:** Colocar los carteles en lugares visibles dentro de los centros de trabajo del CSIC y la ULPGC.
- **Documentación fotográfica:** Se tomarán fotos de los carteles en las ubicaciones seleccionadas para incluirlas en los informes de comunicación y diseminación.

### Resultado esperado:

- Asegurar que el proyecto sea reconocido en el entorno físico de trabajo de los socios participantes, garantizando visibilidad constante de la financiación recibida, las actividades y los resultados del proyecto.

## 6. Calendario y planificación de actividades

| Actividad                                        | Entidad Responsable | Entidad Participante | Fecha                                      |
|--------------------------------------------------|---------------------|----------------------|--------------------------------------------|
| A0.1 Análisis y planificación de la comunicación | CSIC                | ULPGC                | Julio 2024 -<br>Diciembre 2025             |
| A0.2 Imagen gráfica y manual de identidad        | CSIC                | ULPGC                | Octubre -<br>Noviembre 2024                |
| A0.3 Elaboración de notas de prensa              | CSIC                | ULPGC                | Agosto- octubre<br>2024- Diciembre<br>2025 |
| A0.4 Folleto resumen del proyecto                | CSIC                | ULPGC                | Septiembre -<br>Octubre 2025               |
| A0.5 Publicaciones web                           | CSIC                | ULPGC                | Julio 2024 -<br>Diciembre 2025             |
| A0.6 Publicaciones redes sociales                | CSIC                | ULPGC                | Septiembre 2024 -<br>Diciembre 2025        |
| A0.7 Newsletter                                  | CSIC                | ULPGC                | Septiembre 2024 -<br>Diciembre 2025        |
| A0.8 Jornada final                               | ULPGC               | CSIC                 | Julio 2025 -<br>Noviembre 2025             |
| A0.9 Vídeo divulgativo                           | CSIC                | ULPGC                | Enero 2025 -<br>Octubre 2025               |
| A0.10 Acciones de diseminación científica        | CSIC                | ULPGC                | Julio 2024 -<br>Diciembre 2025             |
| A0.11 Webinars divulgativos                      | CSIC                | ULPGC                | Abril, Mayo, Agosto,<br>Septiembre 2025    |

## 7. Fuentes de verificación

Se recopilará y archivará toda la documentación relacionada con las actividades de comunicación y difusión que servirán como fuentes de verificación (FV). Para ello, se creará una carpeta compartida en Google Drive donde se organizarán todos los materiales de comunicación (logos, frases oficiales, cronogramas, enlaces, etc.).

A continuación, se detallan las fuentes de verificación que se irán recopilando:

- **Calendario de publicaciones:** para asegurar que todas las publicaciones y actividades de comunicación se realicen según el cronograma que se irá actualizando a medida que avance el proyecto.
- **Listados de entidades contactadas:** para verificar el contacto con los beneficiarios y las entidades relevantes.
- **Informes de notas de prensa y otras publicaciones:** para confirmar la distribución de las publicaciones realizadas, como notas de prensa y boletines.
- **Inscripciones y prueba gráfica de los webinars:** para verificar la participación en los webinars organizados.
- **Informes y fotos de la jornada final:** para asegurar que la jornada se haya realizado con la participación estimada y que se haya documentado adecuadamente.
- **Copia del vídeo divulgativo y distribución:** para verificar que el vídeo se haya elaborado y difundido correctamente.

## 8. Consideraciones y directrices de comunicación

- ✓ **Logotipos y menciones:** todos los materiales de difusión y comunicación deberán incluir los logotipos de la Unión Europea, los Fondos Europeos (FFEE), la Fundación Biodiversidad (FB), y el MITECO, junto con las menciones adecuadas que acrediten la cofinanciación del FEMPA.
- ✓ **Difusión en redes sociales:** se utilizarán hashtags específicos como #FEMPA, #FondosEuropeos, #Pleamar, y se etiquetarán las cuentas oficiales para garantizar la visibilidad del proyecto.
- ✓ **Revisión de materiales:** todos los materiales, como newsletters, folletos, y publicaciones, deberán ser revisados y aprobados por la Fundación Biodiversidad antes de su distribución.
- ✓ **Evaluación de impacto:** se medirá el impacto de las publicaciones, eventos, y webinars, incluyendo la audiencia de los medios de comunicación y redes sociales.

Este enfoque asegura que todas las actividades de comunicación se desarrollen de manera coherente, efectiva y conforme a los requisitos establecidos para la correcta visibilidad y difusión del proyecto.

## 9. Evaluación de la comunicación e impactos

### 9.1. Objetivo de la evaluación

El propósito de la evaluación es medir el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación y diseminación establecidos en el plan, así como valorar el impacto y la efectividad de las acciones llevadas a cabo. La evaluación permitirá realizar ajustes en tiempo real durante el proyecto y también servirá como base para el informe final, mostrando los logros alcanzados, las lecciones aprendidas y los resultados obtenidos en términos de visibilidad, conocimiento y participación.

### 9.2. Metodología de evaluación

La evaluación se llevará a cabo en dos momentos clave del proyecto:

- **Evaluación a mitad del proyecto:** Para identificar el estado de las actividades y resultados obtenidos hasta el momento, permitiendo ajustes en la estrategia de comunicación si es necesario.
- **Evaluación final:** Para valorar el impacto global del proyecto en términos de visibilidad, participación, difusión y resultados alcanzados, conforme a los objetivos inicialmente planteados.

Además, se establecerá una **evaluación continua**, basada en la recolección de datos y análisis periódicos de los indicadores definidos.

### 9.3. Evaluación a mitad del proyecto

A mitad del proyecto, se realizará una evaluación preliminar de las acciones de comunicación para verificar el avance de las actividades y la eficacia de las estrategias utilizadas. La evaluación se basará en los siguientes indicadores:

**Indicadores a evaluar a mitad del proyecto:**

- **Participación en actividades:**
  - Número de asistentes a webinars y eventos (físicos y virtuales).
  - Número de entidades y personas contactadas en las jornadas o encuentros.
- **Publicaciones:**
  - Número de notas de prensa, publicaciones en la web y en redes sociales.
  - Alcance de las publicaciones (visualizaciones, interacciones, comentarios).
  - Frecuencia de envío de newsletters y tasa de apertura/clics.
- **Materiales de comunicación:**
  - Evaluación de la calidad de los materiales diseñados (folleto, vídeos, publicaciones, etc.).
  - Revisión de la imagen gráfica y consistencia de su uso en todos los soportes.

### Herramientas de evaluación:

- **Encuestas online** a los participantes de eventos y destinatarios de las newsletters.
- **Análisis de métricas digitales:** datos de plataformas como Google Analytics, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn), y plataformas de correo (Mailchimp o similar).
- **Revisión de los informes internos:** Recopilación y análisis de la documentación interna sobre las actividades realizadas, como los informes de reuniones, fotos, y vídeos.

### Acciones de ajuste a mitad del proyecto:

- Ajustar el contenido y la frecuencia de las publicaciones en redes sociales y webs en función de la respuesta de la audiencia.
- Modificar las estrategias de comunicación si es necesario (por ejemplo, cambiar el enfoque de los mensajes o la tipología de eventos).
- Intensificar los esfuerzos de contacto con entidades o públicos que no hayan respondido adecuadamente.

## 9.4. Evaluación final del proyecto

La evaluación final se realizará al concluir el proyecto y se centrará en medir el impacto global de las actividades de comunicación y difusión en relación con los objetivos estratégicos establecidos.

### Indicadores a evaluar al final del proyecto:

- **Participación y alcance:**
  - Total de participantes en los webinars, jornadas, y otros eventos organizados.
  - Número de beneficiarios alcanzados a través de las publicaciones en redes sociales, sitio web y newsletters.
  - Repercusión mediática obtenida a través de las notas de prensa y cobertura en medios de comunicación locales, regionales y nacionales.
- **Visibilidad y notoriedad:**
  - Medición de la visibilidad de los logotipos del proyecto y del programa de cofinanciación en los materiales diseñados y distribuidos.
  - Evaluación del grado de conocimiento que los beneficiarios tienen sobre el proyecto.
- **Impacto en el sector:**
  - Opiniones y testimonios de stakeholders clave sobre el impacto del proyecto en la comunidad y el sector.
- **Cumplimiento de los objetivos de comunicación:**
  - Comparación entre los objetivos iniciales y los resultados alcanzados en cuanto a visibilidad, participación, y efectividad de las acciones.

### Herramientas de evaluación final:

- **Encuestas de satisfacción y entrevistas** con beneficiarios, participantes en eventos, y stakeholders.
- **Análisis de métricas finales:** Revisión de todos los datos recopilados en las plataformas digitales (redes sociales, web, boletines, etc.).
- **Informe de impacto mediático:** Evaluación de la cobertura mediática obtenida (tanto cuantitativa como cualitativamente).
- **Informe de cumplimiento de objetivos:** Un análisis detallado de si se cumplieron los indicadores de éxito establecidos al inicio del proyecto.

## 9.5. Evaluación continua

La evaluación continua se basará en la recopilación y análisis de datos de manera regular durante la ejecución del proyecto. Estos datos permitirán ajustar las actividades en tiempo real para maximizar el impacto de las acciones de comunicación.

### Métricas clave a seguir durante todo el proyecto:

- **Número de interacciones en redes sociales:** Likes, shares, comentarios, y menciones.
- **Alcance de las publicaciones:** Visualizaciones, impresiones y clics en los enlaces de publicaciones y newsletters.
- **Tasa de participación en webinars y eventos:** Número de inscripciones y asistentes.

### Herramientas para la evaluación continua:

- **Google Analytics:** Para medir el tráfico web y el comportamiento de los usuarios en el sitio del proyecto.
- **Plataformas de redes sociales:** Herramientas de análisis de cada red (por ejemplo, Insights de Facebook, Twitter Analytics, etc.) para medir el rendimiento de las publicaciones.
- **Encuestas breves y rápidas:** Envío de encuestas breves al finalizar cada evento, webinar o actividad importante.

## 9.6. Informe de evaluación final

Al finalizar el proyecto, se elaborará un informe que refleje los resultados de la evaluación, incluyendo:

- **Análisis de los indicadores:** Cuantificación del éxito de cada acción y actividad de comunicación realizada.
- **Impacto global del proyecto:** Descripción del impacto en términos de visibilidad, participación y aprendizaje.
- **Recomendaciones:** Lecciones aprendidas y sugerencias para futuras acciones, basadas en la evaluación de lo realizado.