



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

Lean.Co. Desarrollo de un programa formativo en Metodología Lean para apoyar la transición del sector de la Construcción hacia un modelo más competitivo y productivo

M&I Plan de Difusión y Explotación

lean

Madrid, julio de 2017



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

Programa ERASMUS+

Acción Clave 2 | Convocatoria 2016

Cooperación para la Innovación y el Intercambio de Buenas Prácticas

Código del proyecto:

2016-1-ES01-KA202-025694

Duración:

Octubre 2016-Septiembre 2018

Presupuesto:

154.630,00 €

Consortio:

- Fundación Laboral de la Construcción (España).
- Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency -Tipee- (Francia).
- Asociación de Constructores Promotores de Navarra (España).
- Centro Habitat Sustentável (Portugal).
- Politechnika Warszawska (Polonia).

El apoyo de la Comisión Europea para la elaboración de esta publicación no implica la aceptación de sus contenidos, que es responsabilidad exclusiva de los autores. Por tanto, la Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Índice

I. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Información básica del proyecto y contexto
- 1.2. Metodología de Comunicación

II. ESTRATEGIA

- 2.1. Objetivos
- 2.2. Audiencia
- 2.3. Mensajes
- 2.4. Recursos y canales de comunicación
 - 2.4.1. Recursos humanos
 - 2.4.2. Logotipo y línea gráfica
 - 2.4.3. Websites
 - 2.4.3.1. Website/microsite Lean.Co
 - 2.4.3.1. Websites corporativas
 - 2.4.4. Newsletter
 - 2.4.5. Redes Sociales
 - 2.4.6. Reuniones y eventos
 - 2.4.7. Redes internacionales y congresos

III. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

IV. CRONOGRAMA GLOBAL

V. CONTROL Y SEGUIMIENTO: INFORMES PERIÓDICOS

VI. EVALUACIÓN E IMPACTO: INFORME FINAL

VII. EXPLOTACIÓN

ANEXO

I. INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicación de Lean.Co –Lean Construction- es un documento de gestión y planificación en el que se define el programa comunicativo del proyecto, alineado con los objetivos generales –a través de la Estrategia de Difusión– y ligado a la consecución y transferencia de los resultados del mismo –mediante el control y el seguimiento, la evaluación y el impacto–.

Es la guía que marca las pautas al consorcio de socios de Lean.Co, según criterios profesionales, metodológicos y estratégicos, como herramienta de referencia para informar, concienciar, formar e influir en los públicos definidos en la Estrategia, desde su puesta en marcha hasta la finalización del proyecto.

La Fundación Laboral de la Construcción es la institución principal beneficiaria del proyecto, responsable entre otras cuestiones de la gestión de la tarea transversal de Difusión y Explotación de Lean.Co, como entidad paritaria que representa un gran peso en el sector de la Construcción en España, siendo además una organización especializada en el lanzamiento de amplias campañas de comunicación y formación.

Por lo tanto, la entidad paritaria asume la coordinación, diseño y gestión de todos los aspectos relacionados con la Comunicación y Difusión, bajo la supervisión y aprobación de los socios.

Tras un estudio previo y el análisis de la metodología a aplicar, el diseño del Plan de Comunicación de Lean.Co se ha estructurado en las siguientes partes:

- **Estrategia de Difusión:** núcleo director que determina qué se quiere conseguir –objetivos–, a quién se quiere dirigir –audiencias–, qué se pretende comunicar –mensajes–, con qué recursos y a través de qué canales.
- **Acciones de comunicación:** líneas prácticas de actuación, que deben atenerse a una comunicación honesta, es decir, inteligible, veraz y coherente.
- **Cronograma:** calendario de trabajo global y anual de las actividades que se marquen en el Plan.
- **Control y seguimiento:** comprobación periódica del desarrollo efectivo del Plan de Comunicación, que se plasma a través de informes regulares de Difusión.
- **Evaluación e impacto:** valoración final del Plan de Comunicación, que se compila en el informe final de Difusión y se completa con el Plan de Explotación del proyecto.

El Plan de Comunicación debe integrar, por tanto, aspectos fundamentales para el óptimo desarrollo del mismo, que incluyen las características siguientes:

- **Proporcional:** en consonancia con la envergadura del programa de cooperación y el presupuesto y el personal destinado a su Comunicación.
- **Estratégico:** debe tener en cuenta las estrategias y políticas de comunicación de los organismos europeos que le dan marco de actuación y que lo soportan económicamente, así como adaptarse a las políticas de

comunicación corporativas de las instituciones beneficiarias que lo llevan a cabo.

- **Integral:** debe contar con la implicación y el compromiso explícito, y de facto, de todas las partes que participan en el proyecto, es decir, de cada uno de los socios que conforman el consorcio, y sus representantes.
- **Flexible:** debe ser lo suficientemente dinámico como para introducir cambios durante su elaboración y aplicación, en función de la evolución del proyecto, con la finalidad de dar solución a posibles desvíos que puedan suceder.
- **Transparente:** debe tratar la comunicación con sus destinatarios de manera límpida, aún más si se trata del destino de los fondos públicos que se manejan, e informar en igualdad de condiciones.
- **Visible:** debe contar con capacidad de dar a conocer el Programa Erasmus+ y las políticas europeas.
- **Coherente:** debe mantener congruencia absoluta con los principios de sostenibilidad, no discriminación e igualdad.

Los objetivos de la Estrategia de Difusión del Plan de Comunicación de Lean.Co están en consonancia con los objetivos marcados en la Estrategia de Difusión del Programa Erasmus+, que son los siguientes:

- Dar a conocer los éxitos y resultados del proyecto en la mayor medida de lo posible.
- Contribuir a aplicar y elaborar las políticas y sistemas europeos.
- Dar visibilidad al Programa Erasmus+ y a la Unión Europea para potenciales beneficiarios.
- Transmitir cómo las políticas europeas tienen un impacto en la sociedad.
- Mejorar los sistemas de la Unión Europea.
- Sensibilizar y ampliar el impacto.
- Conseguir que las partes interesadas y grupos destinatarios se impliquen.
- Compartir soluciones y conocimientos prácticos.
- Generar nuevas asociaciones y sinergias.

Los primeros meses de cualquier iniciativa son cruciales para lograr los objetivos comunicativos que se proponen, que son, sin duda, parte intrínseca para el alcance de los objetivos propios del proyecto. Por lo tanto, la fase inicial de Lean.Co se centra en la organización y planificación del Plan de Comunicación, de la Estrategia de Difusión y las acciones de comunicación del proyecto.

La adecuada difusión de las actividades y los resultados alcanzados es un cimiento fundamental, estrechamente relacionado con el éxito y el impacto posterior de las acciones globales y de los resultados propios proyecto. De ahí que la implicación de todos y cada uno de los socios, así como el apoyo de profesionales y representantes de las instituciones que participan, sea esencial.

Teniendo esto en cuenta desde el primer momento, Lean.Co pretende sensibilizar a las partes potencialmente interesadas y garantizar que los resultados del proyecto se comuniquen y exploten adecuadamente.

Al igual que en el caso de los objetivos, el público al que se dirige el proyecto Lean.Co responde a la audiencia general que marca la Estrategia de Difusión del Programa Erasmus+, que está formada por:

- Usuarios finales de las actividades y de los resultados tangibles del proyecto.
- Partes interesadas, expertos y profesionales del ámbito correspondiente.
- Responsables de la toma de decisiones a nivel local, regional, nacional y europeo.
- Medios de comunicación.
- Ciudadanía en general.

En concreto, los socios del consorcio deben ser capaces de comunicar convenientemente a las partes interesadas de sus países correspondientes –profesionales del sector, asociaciones de profesionales, sindicatos, empresas, clusters, asociaciones empresariales, entidades de formación, stakeholders, administraciones públicas (locales, regionales y nacionales), etc. y en términos generales, ciudadanía– las oportunidades que ofrece el proyecto:

- Alinear mejor la formación en Educación y Formación Profesional (EFP) con las necesidades del mercado laboral y del sector de la construcción, a través del desarrollo de un nuevo Programa de Formación en Lean Construction que se ajuste a esos requerimientos de la industria y que sea transferible a cualquier estado miembro de la UE que quiera unirse al cambio.
- Aumentar sinergias y asociaciones entre los actores del sector de la construcción, fomentando dinámicas de trabajo (grupos de trabajo y reuniones operacionales) que permitan visibilizar el potencial de esta nueva filosofía de edificación.
- Promover la implementación de la formación en Lean Construction dentro del sector de la construcción, en los ámbitos locales, regionales, nacionales y europeos.

Además, la Comunicación también implica un flujo constante de información entre los socios del proyecto, a fin de asegurar entre todas las partes, una estrategia coordinada para alcanzar los objetivos y resultados esperados.

1.1 Información básica del proyecto y contexto

El proyecto Lean.Co persigue el desarrollo y la implementación de un nuevo programa de Formación Profesional, especializado en la capacitación de la Metodología Lean Construction, para profesionales del sector de la construcción, con el fin de proporcionarles los conocimientos necesarios y las competencias específicas para aplicar e implementar el enfoque de dicha metodología dentro de las empresas.

Se enmarca en la convocatoria de 2016 del Programa Erasmus+ de la Unión Europea, dentro de la Acción Clave 2 de Cooperación para la Innovación y el Intercambio de Buenas Prácticas.

Antecedentes

El sector de la Construcción en Europa sigue desempeñando un papel importante en la economía; de hecho, genera casi el 10% del PIB y proporciona 20 millones de puestos de trabajo. Además, es también un potente consumidor de productos intermedios (materias primas, productos químicos, equipos eléctricos y electrónicos, etc.) y servicios relacionados.

Sin embargo, la industria de la construcción encara problemas estructurales (como déficit de trabajadores cualificados, bajo atractivo para la incorporación de jóvenes, capacidad limitada de innovación, fenómeno del trabajo no declarado, etc.) y es uno de los sectores más afectados por la crisis financiera. Desafíos, comunes a todos los Estados miembros de la Unión Europea, que le llevan a trabajar por afrontar de la mejor forma los próximos años.

A corto plazo, es necesario:

1. Apoyar el crecimiento y el empleo en respuesta a la crisis que afecta al sector y provoca fuertes caídas en la demanda, debido a razones diferentes según los Estados miembros (burbuja inmobiliaria, contracción de los mercados crediticios, etc.).
2. Encontrar una manera de traer importantes cambios estructurales y proceder, con una reestructuración del sector a largo plazo.

Para abordar los retos económicos y de empleo a corto y mediano plazo que enfrenta el sector de la construcción, es crucial un cambio de modelo. De hecho, el modelo de la construcción tradicional presenta actualmente falta de competitividad debido a la falta de planificación, retornos importantes, grandes problemas de sostenibilidad ecológica y económica...

Para reforzar la competitividad del sector, sus empresas y trabajadores, este definitivo cambio de modelo se debe afianzar esencialmente en: innovación continua, trabajadores cualificados y sostenibilidad económica y ambiental.

En este contexto, Lean Construction aparece como un enfoque innovador, relevante y prometedor para la transición hacia un nuevo modelo de construcción más innovador, competitivo y sostenible. Y dicha transición requiere, por consiguiente, profesionales capacitados con cualificaciones específicas que impulsen y permitan este cambio de modelo.

Agentes impulsores

Para lograr el objetivo esencial, durante el proyecto, se desarrollará y se implementará un nuevo programa de capacitación en EFP especializado en Metodología Lean Construction para dotar a los profesionales del sector de los conocimientos y habilidades específicas para apoyar la transición hacia ese nuevo modelo más competitivo y productivo.

Cinco instituciones de cuatro países miembros de la Unión Europea participan en este proyecto, coordinado por la Fundación Laboral de la Construcción (España). El resto de socios son: Asociación de Constructores Promotores de Navarra

(España), Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency - Tipee- (Francia), Centro Habitat Sustentável (Portugal) y Politechnika Warszawska (Polonia).

A lo largo del proyecto Lean.Co, se desarrollará un único producto, dirigido a profesionales, sindicatos, empresas, centros de formación y formadores. Este principal resultado estará dividido en distintas fases:

- Programa de Capacitación Lean Construction:
 - Validación del currículo por todos los socios.
 - Desarrollo del Programa de Capacitación Lean.Co.
 - Elaboración de los métodos de enseñanza, herramientas y soportes.
 - Elaboración de los materiales de aprendizaje.
 - Validación y transferencia del programa de formación Lean.Co.
 - Replicación y adaptación del programa de formación Lean.Co.
 - Prueba piloto de del programa de formación Lean.Co.
 - Sistema de evaluación para la prueba piloto.
 - Evaluación y recomendaciones.

Este proyecto, que está financiado por la Comisión Europea con 154.630,00 €, comenzó en octubre de 2016 y tendrá una duración de 24 meses, llegando a su fin en septiembre de 2018.

1.2 Metodología de Comunicación

La metodología que sigue el Plan de Comunicación del proyecto Lean.Co está basada en varios métodos que responden a las distintas partes de dicha planificación.

De forma general, el Plan se sostiene fundamentalmente en el '[Círculo de Deming](#)' o método del ciclo de mejora continua de calidad de Edwards Deming, también conocido como ciclo PDCA (del inglés plan-do-check-act; planificar-hacer-verificar-actuar), por tratarse del desarrollo de un proceso comunicativo a corto y medio plazo como el que supone un proyecto de este tipo, que además requiere seguimiento y actualización continuos del Plan.

Desde el punto de vista de la estructura de la información propia del Plan de Comunicación, éste se dispone mediante la adaptación de la técnica periodística de las '[Seis W](#)': What?/¿Qué?, Who?/¿Quién?, Why or for what or for who?/¿Por qué o para qué o para quién?, How?/¿Cómo?, When?/¿Cuándo?, Where?/¿Dónde?

Con respecto a la determinación de los objetivos de comunicación, se aplica la metodología de gestión '[Smart](#)' de George T. Doran, como regla mnemotécnica de las propiedades que deben cumplir: Specific/Específico/Strategic/Estratégico, Measurable/Medible, Attainable/Alcanzable, Relevant/Relevante y Time-Related/Con un plazo determinado.

Para evaluar los resultados, el Plan de Comunicación fundamenta su análisis a través de las técnicas de '[Medición de Impacto](#)' con los [Indicadores Clave de Desempeño](#) de Ronald Daniel y Jack F. Rockart, conocidos por sus siglas en inglés KPI –Key Performance Indicators–. Estos indicadores deben estar alineados con los objetivos que se persiguen y los plazos en los que se deben cumplir para estudiar la información relevante del impacto de las acciones y facilitar la posterior medición del rendimiento estratégico.

En relación con la definición de la audiencia, se utiliza una adaptación de la teoría sociológica de los '[Círculos concéntricos](#)' de Ernest W. Burgess, aplicándola a la expansión de la comunicación y difusión, como proceso continuo que se amplía y completa en varias fases a través de los diferentes círculos de audiencias. De esta manera, se hace posible el proceso de sucesión y de descentralización de la información.

La creación de los mensajes del Plan de Comunicación se fundamenta en el [análisis del mensaje](#) lingüístico, la semiótica y la retórica, aplicado a la comunicación social, con especial atención a la denotación y connotación de las comunicaciones, y la correlación con cada público al que van dirigidas.

Por último, el Plan de Comunicación de Lean.Co se caracteriza por su [modelo de gobernanza](#) para la toma de decisiones. El proceso de decisión para cada aspecto de la difusión se realiza siempre a través del consenso de todos los socios: el responsable del proyecto, que coordina la comunicación, propone los enfoques trabajados, que serán validados por los socios para la decisión final.

El objetivo de este procedimiento es asegurar que cada socio se sienta identificado con el proyecto, su imagen gráfica, así como con los mensajes a transmitir y la forma de actuar.

II. ESTRATEGIA

Una Estrategia de Difusión es un documento director que traza una guía, mediante el Plan de Comunicación, con un conjunto de herramientas y procedimientos, que sirve para asegurar que los mensajes claves de un proyecto lleguen a un público previamente determinado y sean un pilar esencial para el logro de los objetivos generales planteados.

Por tanto, la visión de la Estrategia de Difusión debe ser holística, integral, coherente y efectiva, elementos que deben plasmarse igualmente en el Plan de Comunicación, como herramienta sistemática de aplicación de la estrategia.

El proyecto Lean.Co apuesta por el impacto de la difusión en todo su desarrollo y por crear acciones de comunicación alineadas con sus objetivos, que a su vez están en consonancia con los puntos principales de la Estrategia de Comunicación del Programa Erasmus+, y acorde con las políticas de comunicación corporativas de los socios del consorcio.

De ahí que, aunque el idioma principal de uso entre los socios del proyecto es el inglés, determinados materiales y herramientas de comunicación se traducirán a los idiomas del consorcio: español, francés, portugués y polaco.

La finalidad y los objetivos generales claves de la Estrategia de Difusión y de su Plan de Comunicación son los que a continuación se detallan:

- Identificación, visualización y posicionamiento del leitmotiv y la marca del proyecto Lean.Co.
- Identificación de contenidos de difusión y explotables.
- Fomento del interés de cada participante en la difusión y explotación de los resultados.
- Difusión del conocimiento, productos y servicios originados en el proyecto, así como beneficios, ventajas y oportunidades según cada grupo de audiencia.
- Compartir públicamente el proceso de implementación del proyecto, la experiencia y know-how del consorcio y los resultados alcanzados.
- Poner en valor los apoyos institucionales y profesionales del proyecto, junto con los resultados.
- Respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de sus objetivos y la transmisión de conocimientos.
- Apoyar el crecimiento y el empleo en respuesta a la crisis que afecta al sector y provoca fuertes caídas en la demanda, debido a razones diferentes según los Estados miembros (burbuja inmobiliaria, contracción de los mercados crediticios, etc.).
- Cambiar la percepción de los tomadores de decisiones que gestionan las políticas de formación con los contenidos y las evidencias del proyecto.
- Aportar ideas y conocimientos para encontrar una manera de traer importantes cambios estructurales y proceder, con una reestructuración del sector a largo plazo, basados en innovación, cualificación de los trabajadores y sostenibilidad económica y ambiental.

Antes de situar las acciones de comunicación y analizar los canales óptimos para su difusión entre los públicos definidos durante el periodo que ocupa el proyecto, la Estrategia de Difusión debe contemplar las dos áreas desde las que parten los flujos de información: la comunicación interna y la comunicación externa.

✓ COMUNICACIÓN INTERNA (CI)

La comunicación interna engloba los mecanismos y procedimientos que permiten al consorcio de los socios de Lean.Co la adecuada circulación de las informaciones sobre el proyecto entre las personas implicadas en la gestión del mismo, facilitando también la fluidez en los procesos de toma de decisiones. Asimismo, la comunicación interna incluye las comunicaciones dentro de las propias entidades que participan como socios en el proyecto y también con la autoridad local, nacional o europea que supervisa el mismo, entre otras cuestiones, para el traslado de la marcha del proyecto, cuando ésta lo demande.

- Consorcio:
 - Fundación Laboral de la Construcción (España).
 - Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency - Tipee- (Francia).
 - Asociación de Constructores Promotores de Navarra (España).
 - Centro Habitat Sustentável (Portugal).
 - Politechnika Warszawska (Polonia).
- Responsables de Gestión europeos:
 - Education, Audiovisual and Culture Executive Agency –Eacea– (UE).
 - Servicio Español para la Internacionalización de la Educación – Sepie– (España).

Las vías y canales para fomentar la comunicación interna son las siguientes:

- Email, teléfono y plataformas de videoconferencias.
- Reuniones periódicas de seguimiento.
- Encuentros, talleres y congresos.
- Visitas planificadas.
- Redes sociales.

Es preciso recordar en este punto que el coordinador, en este caso la Fundación Laboral de la Construcción, es el único miembro del consorcio habilitado para la interlocución directa con los órganos responsables de gestión europea: Eacea y Sepie.

Igualmente, se sugiere utilizar el email como vehículo principal de comunicación entre los socios, con llamadas/videoconferencias para gestión y coordinación colectivas periódicas, de acuerdo a las necesidades del proyecto.

Las herramientas de apoyo a la comunicación interna son:

- ✓ Plan de Comunicación y Estrategia de Difusión, Explotación e Impacto.
- ✓ Creación de logotipo y aplicaciones creativas.
- ✓ Plantillas de informes y presentaciones.
- ✓ Informes de Difusión intermedia y final del proyecto.
- ✓ Textos, notas de prensa, artículos, fotografías.
- ✓ Material de difusión: carteles, roll ups, folletos, etc.
- ✓ Contenido para su difusión en las newsletters corporativas de los socios.

✓ COMUNICACIÓN EXTERNA (CE)

La comunicación externa abarca la orquestación de la difusión de las acciones de las distintas fases del proyecto, a través de los canales disponibles y con ayuda de las herramientas dispuestas, para fomentar la visibilidad y divulgación de los contenidos y resultados desarrollados, y su impacto, así como para promover la explotación de los mismos, entre los públicos objetivos determinados (ver apartado 2.2).

Las vías y canales para fomentar la comunicación y la difusión externa del proyecto son las siguientes:

- Web/microsite: <http://microsites.fundacionlaboral.org/leanco>: español e inglés.
- Webs corporativas de los socios.
- Web del programa Erasmus+.
- Redes sociales –propias del proyecto y corporativas de los socios del proyecto, y sus representantes–.
- Redes profesionales y grupos de expertos.
- Newsletters corporativas de los socios del proyecto.
- Foros presenciales: eventos, foros, reuniones directas con grupos de interés, actividades locales, conferencias, premios...
- Emailings dirigidos.
- Medios de comunicación.

Las herramientas de apoyo a la comunicación y difusión externa son:

- Creación de logotipo y aplicaciones creativas.

- Creación de la web/microsite <http://microsites.fundacionlaboral.org/leanco>.
- Presentaciones sobre el proyecto (documentos en Word, Power Point y otros formatos).
- Informaciones, informes, notas de prensa, artículos, entrevistas, reportajes, imágenes.
- Creación de perfiles en redes sociales: Twitter, Facebook y LinkedIn.
- Hashtags para redes sociales: #LeanCo #LeanCOEU #lean #FP #FPDual #Formación #innovación #cambiodemodelo #transformación #competitividad #productividad
- Material de difusión: carteles, roll ups, folletos, etc.
- Newsletters corporativas de los socios.

Como avanzamos en el apartado sobre la metodología, la Estrategia de Difusión del proyecto Lean.Co responde las siguientes cuestiones que dibujan su estructura:

- ¿Qué se quiere conseguir? Objetivos: se especifican los objetivos de comunicación a los que se aspira lograr.
- ¿A quién se dirige? Audiencia: se identifica el público objetivo al que se quiere enfocar el mensaje.
- ¿Por qué o sobre qué? Mensajes: se concretan las ideas que se pretenden transmitir.
- ¿Cómo? Recursos y canales de comunicación con los que se cuenta.
- ¿De qué manera? Acciones de comunicación a desarrollar.
- ¿Cuándo o en qué plazo? Cronograma de las acciones de comunicación.

Todo ello, teniendo en cuenta la posterior puesta en marcha de las acciones de comunicación, con su respectivo cronograma, el calendario general y el control y seguimiento, a través de la medición de indicadores, su evaluación periódica y el análisis final del impacto de la comunicación.

2.1 Objetivos

Sobre la base de los objetivos generales anteriormente descritos, los **objetivos específicos** del Plan de Comunicación del proyecto Lean.Co son los siguientes:

- Dar a conocer los éxitos y resultados del proyecto en la mayor medida de lo posible.
- Contribuir a aplicar y elaborar las políticas y sistemas europeos.
- Dar visibilidad al Programa Erasmus+ y a la Unión Europea para potenciales beneficiarios.
- Transmitir cómo las políticas europeas tienen un impacto en la sociedad.
- Mejorar los sistemas de la Unión Europea.
- Sensibilizar y ampliar el impacto.
- Conseguir que las partes interesadas y grupos destinatarios se impliquen.
- Compartir soluciones y conocimientos prácticos.
- Generar nuevas asociaciones.

Los **objetivos operativos** de comunicación son los que a continuación se detallan:

- Asegurar la identificación, visibilidad y posicionamiento del leitmóvil y marca de Lean.Co, así como la difusión del contenido, resultados y productos originados en el proyecto, y los beneficios, ventajas y oportunidades según cada grupo de audiencia.
- Asegurar que los contenidos, resultados y productos, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios del espacio europeo.
- Asegurar que las herramientas de difusión consiguen comunicar de forma sencilla los contenidos, resultados y productos del proyecto.
- Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, hasta la entrega del producto, a los actores profesionales, empresariales, sectoriales, políticos, sociales y de la Administración que son claves para integrar la innovación identificada y capitalizarla en las estructuras de gestión pública del espacio europeo.
- Aumentar sinergias y asociaciones entre los actores del sector de la construcción, promoviendo dinámicas de trabajo que permitan visibilizar el potencial de esta nueva filosofía de edificación.
- Fomentar la implementación de la formación en Lean Construction dentro del sector de la construcción, en los ámbitos locales, regionales, nacionales y europeos.
- Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión, transferencia, explotación y sostenibilidad de sus resultados.

Los objetivos de comunicación del proyecto estarán impregnados por la visión holística de Lean.Co y, a la vez, alineados con indicadores verificables y medibles,

así como adaptables a las políticas de comunicación corporativas de los socios del consorcio.

Tabla de objetivos e indicadores del proyecto Lean.Co					
Bloques	Ref.	Tareas de Difusión	Acciones de comunicación	Indicadores y evidencias	Fecha
Marca Lean.Co	T1 T1.2 CI	Estrategia de Difusión y Plan de Comunicación ES/EN	-Desarrollo de la Estrategia de Difusión y el Plan de Comunicación, con la aprobación de los socios. -Puesta en marcha.	-Documento interno. -Actualización anual.	Julio 2017
		Creación del logotipo y de la línea gráfica del proyecto	-Creación del logotipo. -Incorporación del logo a todas las acciones de difusión. -Manual de uso de logotipos del proyecto y del programa.	-Logotipo. -Plantillas para cartas, informes, difusión... (Word y Power Point). -Manual de uso de logotipos. -Uso correcto de los socios.	Enero 2017
Web/ microsite	T2 T2.2 CE	Web/microsite del proyecto ES/EN	-Estructuración y diseño de la web/microsite. -Puesta en marcha de la web/microsite y lanzamiento. -Actualización de la web/microsite. -Difusión de los contenidos de la web por redes sociales.	-Web/microsite del proyecto. -Comunicación del lanzamiento por redes sociales. -Número de visitas.	Julio 2017
		Websites corporativas de los socios	-Difusión del proyecto, mediante presencia perdurable.	-url de la presencia del proyecto. -Actualización.	Enero 2017
Redes Sociales	T3 T3.2 CE	Twitter	-Creación del perfil. -Actualización del perfil.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	Julio 2017 Octubre 2016/ Septiembre 2018
		Linkedin	-Creación del grupo. -Actualización del grupo.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	
		Facebook	-Creación de la página. -Actualización de la página.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	
		Redes Sociales corporativas de los socios	-Difusión del proyecto.	-Entradas y menciones.	Octubre 2016/ Septiembre 2018
Campaña de publicidad	T4 CE	Campaña de publicidad: carteles, folletos, etc.	-Diseño de los materiales. -Difusión, mediante ubicación, en edificios de los socios, eventos, reuniones, etc. -Difusión de folletos en eventos.	-Cartelería para eventos (recomendable cartel A3 y roll up). -Folletos impresos y entregados.	Julio 2017 Octubre 2016/ Septiembre 2018
Newsletters	T5 CE	Newsletters de los socios	-Redacción de información e imágenes para que puedan difundir los socios. -Publicación en las newsletters corporativas de los socios.	-Publicación y envío. -Número de suscriptores. -Índices de apertura. -url de la news.	Octubre 2016/ Septiembre 2018
		1ª Newsletter			Septiembre 2017
		2ª Newsletter			Diciembre 2017
		3ª Newsletter			Marzo 2018
		4ª Newsletter			Junio 2018
	T6 CE	Relaciones con medios locales,	-Difusión de comunicados de prensa	-Referencias y apariciones en los	Octubre 2016/

Medios de comun.		regionales y nacionales	(NP), artículos, reportajes, imágenes, materiales, etc.	medios. -url de las noticias, título, fecha, medio. -Número de medios. -Número de NP.	Septiembre 2018
Informes	T7 T7.2 CI	Evaluación de los objetivos de comunicación, impacto, transferencia y explotación	-Recopilación, análisis y conclusiones del Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión, Explotación e Impacto.	-Informes semestrales de evaluación de comunicación.	Octubre 2016/ Septiembre 2018
		Informe de Difusión ANUAL		-Primer Informe de Difusión.	Marzo 2017
		Segundo Informe de Difusión ANUAL		-Segundo Informe de Difusión/Intermedio	Agosto 2017
		Tercer Informe semestral.		-Tercer Informe semestral.	Febrero 2018
		Cuarto Informe de Difusión/Final.		-Cuarto Informe de Difusión/Final.	Septiembre 2018
Reuniones	T8 CI/CE	Reunión de lanzamiento Pamplona (España)	-Organización, convocatoria y Agenda. -Hoja de firmas. -Preparación de presentaciones. -Difusión, al menos, en la web del proyecto, que se podrá completar con apoyos por medios de todas las vías posibles.	-Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en la web del proyecto. -Evidencias de la difusión.	18 de octubre de 2016
		Segunda reunión Bidart (Francia)			1 y 2 de febrero de 2017
		Tercera reunión Warsaw (Polonia)			7 y 8 de noviembre de 2017
		Cuarta reunión Tamengos (Portugal)			1 y 2 de marzo de 2018
		Quinta reunión Pamplona (España)			3 y 4 de septiembre de 2018
		Reuniones de seguimiento	-Organización, convocatoria y Agenda.	-Teleconferencias.	Octubre 2016/ Septiembre 2018
Eventos Multiplicadores	T9 CE	Eventos de difusión por cada país	-Organización, convocatoria y Agenda. -Hoja de firmas. -Preparación de presentaciones. -Difusión, al menos, en la web del proyecto, que se podrá completar con apoyos por medios de todas las vías posibles.	-5 eventos de difusión que impactarán en 1.618 personas. -Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en la web del proyecto. -Evidencias de la difusión.	3 de septiembre 2018
		ACP Navarra (España)			
		Típee (Francia)			
		Centro Habitat Sustentável (Portugal)			
		Evento de difusión WUT (Polonia)			
Redes internacionales	T10 CE	Presentación de resultados en: -Reforme Network -Federación de la Industria Europea de la Construcción (FIEC) -Conference on Project Development -Meda Project -Build Up Skills Platform and exchange activities EU Innovation Partnerships (EIP) -Otros eventos nacionales y europeos.	-Preparación de presentaciones. -Hoja de firmas. -Difusión, al menos, en la web del proyecto.	-Participación en 20 eventos. -Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en la web del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Octubre 2016/ Septiembre 2018
					-Profesionales del sector de la construcción. -Personas de

Público total al que deben llegar las acciones de difusión y explotación del proyecto: 1475

instituciones de EFP.
-Personas de entidades representantes del sector.
-Personas de los socios y sus entidades.

Octubre 2016/
Septiembre
2018

2.2 Audiencia

El Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión de Lean.Co tienen como objetivo transmitir mensajes clave sobre el proyecto a un público objetivo que se divide en los diferentes grupos de destinatarios que se presentan a continuación:

- **Grupo 1.** Socios del proyecto Lean.Co y responsables de gestión del Programa Erasmus+ (destinatarios directos internos).
- **Grupo 2.** Profesionales del sector de la construcción, asociaciones de profesionales, sindicatos, etc. (destinatarios directos externos).
- **Grupo 3.** Empresas, clusters y asociaciones empresariales claves del sector de la construcción en España, Francia, Portugal y Polonia, sus miembros y representantes (destinatarios directos externos).
- **Grupo 4.** Instituciones sectoriales de referencia en la Enseñanza y Formación Profesional (EFP) en España, Francia, Portugal y Polonia en la industria de la construcción y formadores (destinatarios directos externos).
- **Grupo 5.** Stakeholders, Administración Pública –local, regional, nacional, europea– e instituciones asociadas, Universidad, organismos y entidades públicas de otros países miembros de la Unión Europea, decisores políticos –locales, regionales, nacionales y europeos–, medios de comunicación, otros grupos de interés, sociedad en general (destinatarios indirectos externos).

Público objetivo del proyecto Lean.Co					
Objetivos de comunicación y divulgación	Destinatarios directos internos	Destinatarios directos externos			Destinatarios indirectos externos
	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5
C1. Comunicación sistematizada	-Web/microsite. -Informes de Difusión. -Texto, NP, artículos... -Newsletters. -Cartelería, folletos, vídeos...				
C2. Información fluida	-Email, teléfono y videoconferencias. -Reuniones. -Encuentros y eventos. -Visitas planificadas. -Newsletters. -Redes sociales.				
D1. Divulgación del proyecto		-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -NP, artículos y publicaciones.
D2. Divulgación de los resultados y productos del proyecto		-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -NP, artículos y publicaciones.
D3. Divulgación de documentos y material de referencia		-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos.	
D4. Difusión de nuevos conocimientos como base para la decisión política		-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	
D5. Promoción de creatividad e innovación		-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	-Artículos y publicaciones. -Jornadas y eventos. -Reuniones directas.	-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -NP, artículos y publicaciones.
D6. Comunicación transparente y comprensible					-Web/microsite. -Cartelería. -Newsletters. -Redes sociales. -NP, artículos y publicaciones.

2.3 Mensajes

Los mensajes que plantea el Plan de Comunicación, en relación con la Estrategia de Difusión, son la esencia del proyecto Lean.Co y el fundamento para todas las acciones de comunicación. Por tanto, deben ser sencillos, claros, concretos y relevantes, adecuándose en cada caso, a la audiencia específica a la que se dirijan.

Además, los mensajes deben recordar los objetivos, el valor del contenido del proyecto y los beneficios que aporta.

La definición de los mensajes de Lean.Co se realiza desde la coordinación de Comunicación del proyecto, liderada por la Fundación Laboral de la Construcción, con el apoyo, la supervisión y la aprobación del resto de los socios del consorcio.

Los mensajes propuestos para la difusión de Lean.Co son los siguientes:

Mensajes claves para la difusión del proyecto Lean.Co	
Aspectos a difundir	Mensaje
Proyecto europeo para impulsar la implantación de Lean Construction en el sector de la construcción	“El proyecto europeo Lean.Co es una iniciativa de la Unión Europea destinada a impulsar la implantación de la metodología Lean en el sector de la construcción, que aporta una innovadora cualificación para los trabajadores de la industria europea”
Proyecto perteneciente al Programa Erasmus+	“Lean.Co, como parte del programa Erasmus+, financiado por la UE, contribuye a mejorar la formación de los profesionales del sector de la construcción en Europa, con una solución estratégica que ayudará a realizar la necesaria transformación de la industria a base de innovación, cualificación y sostenibilidad”
Beneficios de optar por la capacitación en Lean.Co	“Los profesionales y empresas de la construcción que opten por la formación en Lean.Co y la aplicación de la metodología en sus procesos de trabajo serán protagonistas de la transformación del sector y reforzarán su competitividad en el espacio europeo”
Adaptar de manera óptima la EFP a las necesidades del mercado laboral	“El Programa de Capacitación Lean.Co alinea la Educación y Formación Profesional (EFP) con las actuales necesidades que demanda el mercado laboral en el sector de la construcción europeo. Sus contenidos se ajustan a los requerimientos de la industria y son transferibles a cualquier Estado miembro de la UE dispuesto a unirse al cambio”
Contribución al desarrollo profesional y al fomento de la competitividad	“La transformación de un modelo tradicional en crisis por un nuevo marco más innovador, competitivo y sostenible, requiere de profesionales y empresas capacitados con cualificaciones específicas que hagan posible la evolución del sector de la construcción”

2.4 Recursos y canales de comunicación

Para desarrollar el Plan de Comunicación es imprescindible contar con recursos humanos, herramientas técnicas, soportes y vías que permitan el buen funcionamiento del mismo para alcanzar los logros planteados que la Estrategia de Difusión recoge.

Las herramientas y elementos clave de difusión y comunicación son los que a continuación se exponen.

2.4.1. Recursos Humanos

Cada socio participa en la tarea transversal de Comunicación con los propios recursos humanos de la institución a la que pertenece, a través del representante de la misma en el proyecto y, de manera ideal, por medio de un portavoz de comunicación de su organismo que esté en contacto con la coordinación de Comunicación del proyecto para abordar las acciones de difusión.

Como entidad coordinadora del proyecto, la Fundación Laboral de la Construcción se encargará de gestionar la correcta implementación de las actividades de difusión y explotación, con el apoyo y la colaboración de los socios del consorcio.

Concretamente, la dirección de las actividades de difusión será dirigida por el Departamento de Comunicación de la Fundación Laboral de la Construcción, formado por periodistas que tienen una amplia experiencia en la comunicación de resultados de proyectos, así como en la gestión de recursos en medios de comunicación y redes sociales.

Por lo tanto, el equipo de Comunicación del proyecto Lean.Co está compuesto por las siguientes entidades y personas, que asumen los siguientes roles:

Equipo Comunicación proyecto Lean.Co		
Instituciones	Roles	Personas
Fundación Laboral de la Construcción Consejo Territorial de Navarra	Socio beneficiario principal Coordinador de Comunicación	Responsable de Comunicación
		Técnica de Comunicación, coordinación de Difusión de Proyectos Internacionales
		Técnica responsable del proyecto Lean.Co
Asociación de Constructores Promotores de Navarra (España)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency -Tipee- (Francia)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Centro Habitat Associacao Plataforma para a Construção Sustentavel (Portugal)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Politechnika Warszawska (Polonia).	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación

2.4.2. Logotipo y línea gráfica

El diseño específico del logotipo de Lean.Co conjuga los elementos fundamentales del proyecto: proceso, metodología lean y sector de la construcción.

Acompañado por el logotipo de Erasmus+ de la Unión Europea, el logo del proyecto Lean.Co cumple dos funciones clave complementarias: la creación de una identidad gráfica distintiva y acorde con los objetivos principales del proyecto y, al mismo tiempo, la asociación con los valores y objetivos del programa Erasmus+.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

El uso correcto de la identidad visual del proyecto se facilita a los socios en un Manual de Uso de Logotipos (ANEXO).

La finalidad es asegurar que el logotipo del proyecto y del programa Erasmus+ se aplican correctamente y que Lean.Co sea percibido por los prescriptores y receptores del proyecto como la alternativa más atractiva dentro de su categoría.

Paralelamente a la creación del logotipo, se ha diseñado y propuesto una línea creativa común, que homogeneiza la imagen final de Lean.Co en todas sus aplicaciones gráficas, así como su presencia en redes sociales e internet.



Una vez diseñado el logotipo y la línea gráfica del proyecto Lean.Co, se desarrollan las aplicaciones para distintos soportes. Entre ellas: cartelería, plantillas para documentos, web y perfiles de redes sociales, folletos...

En la posibilidad de diseñar y producir cartelería oficial con información de Lean.Co a lo largo del proyecto, por parte de la coordinación de Comunicación se recomiendan, en concreto, el diseño de carteles en tamaño A4 y A3 y un roll up

(de tamaño 85x200 cm.), para reuniones y eventos del proyecto relevantes, como el día de difusión final.

Además, se han creado otras aplicaciones para el desarrollo del proyecto: plantillas para documentos (cubierta de informe, hoja interna o carta, plantilla de presentación), una web y los perfiles del proyecto en redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn) –aplicaciones que se verán más adelante en los apartados correspondientes–.



Desarrollo de un programa formativo en Metodología Lean para apoyar la transición del sector de la Construcción hacia un modelo más competitivo y productivo

tema: 101010101

lean

Madrid, 11 de marzo de 2017

lean

Dissemination and exploitation Plan

8

Plantilla de portada de informe y carta u hoja interior.



FUNDACIÓN LEAN DE LA CONSTRUCCIÓN

ACT

tiptop

CONSTRUCCIÓN

CONSTRUCCIÓN

Presentation of the Project

leanco

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

tasks summary and status according to the project	- To Comply - Complied
Communication tasks	- General - Project and applications - Communication: from content and methodology - Stakeholders - Project Web Platform: resources and - Network - By partner - Tasks - Project on the corporate website - Corporate Social Media
Impact report	- Frequency - Report template - Contact

M&I Dissemination and exploitation

Presentation of the Project

leanco

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

M&I Dissemination and exploitation

Plantilla de presentación Power Point.



2.4.3. Websites

2.4.3.1. Web/microsite Lean.Co

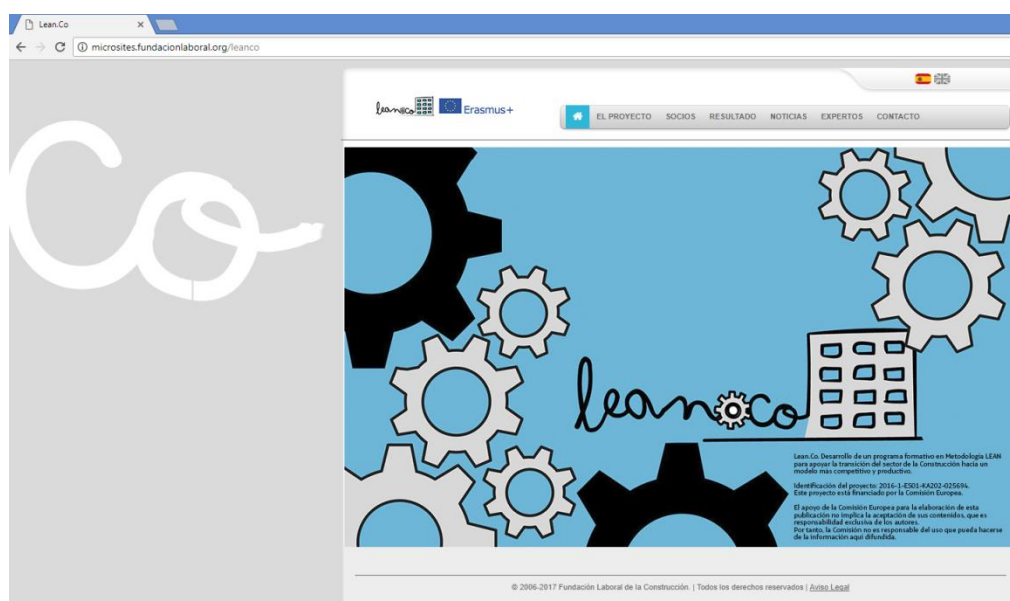
Además del desarrollo de la plataforma formativa Lean.Co, se llevará a cabo la creación de una web/microsite, disponible en español e inglés, para la difusión del contenido y acciones del proyecto a lo largo del periodo de vida, con el siguiente dominio: <http://microsites.fundacionlaboral.org/leanco>

El microsite integra los contenidos y resultados del proyecto, que se irán enriqueciendo a través de sus secciones:

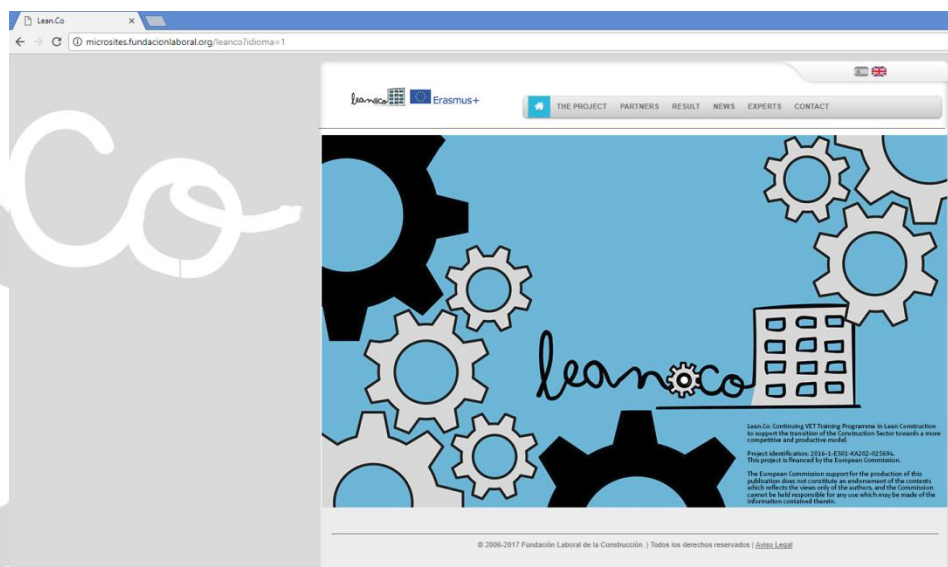
1. Inicio: bienvenida a la home del proyecto.
2. El Proyecto: información básica sobre la iniciativa.
3. Socios: datos de los cinco miembros del consorcio.
4. Fases: resumen de cada etapa del proyecto y resultado final. Estarán disponibles los documentos y recursos especializados de difusión pública, que genere el proyecto Lean.Co.
5. Noticias: informaciones de las actividades del proyecto.
6. Expertos: información sobre los stakeholders que participan en la validación de conocimientos y resultados de Lean.Co.
7. Contacto.

Tras finalizar el diseño y el desarrollo de todas las secciones y contenidos del microsite, la plataforma pasa a una posterior evaluación y aprobación de los socios, para su lanzamiento.

HOME ES/EN

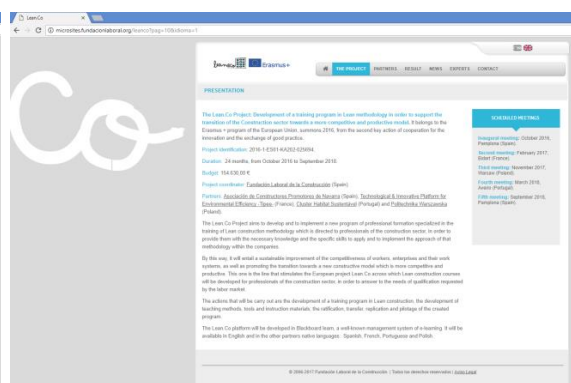
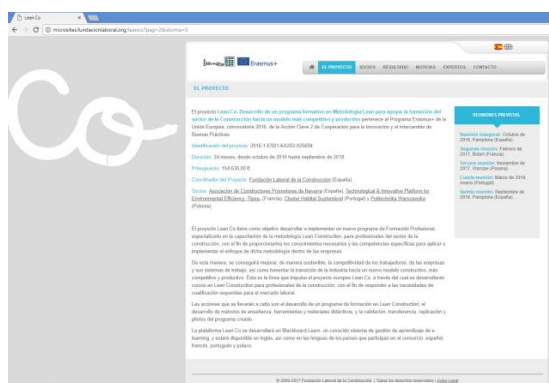


<http://microsites.fundacionlaboral.org/leanco>

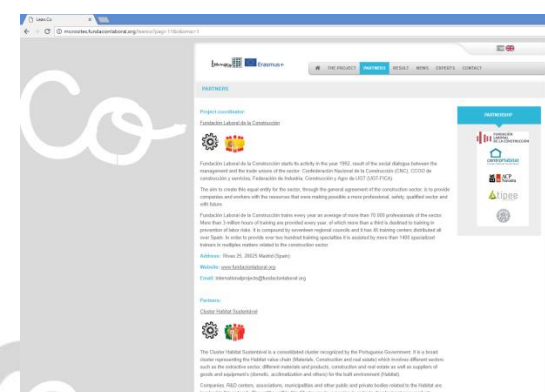
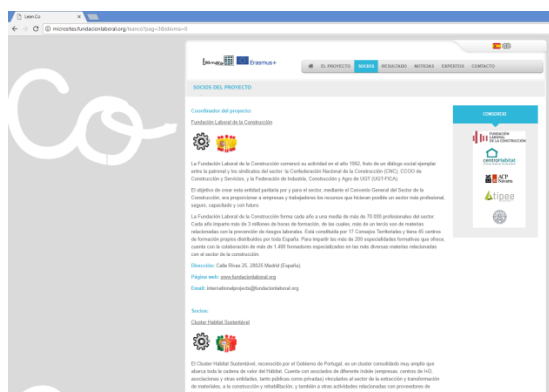


<http://microsites.fundacionlaboral.org/leanco?idioma=1>

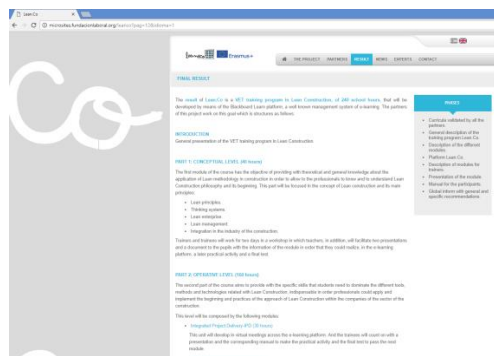
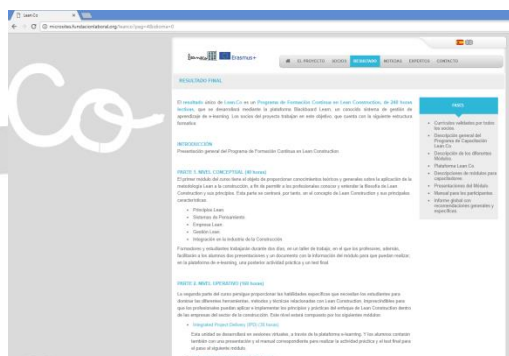
EL PROYECTO ES/EN



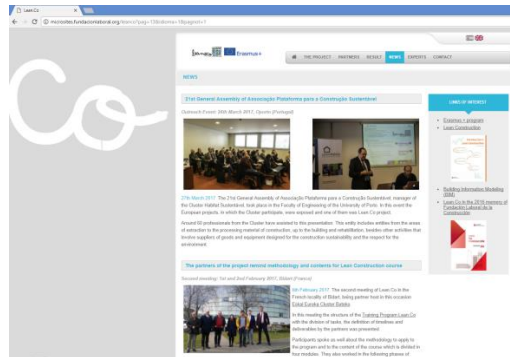
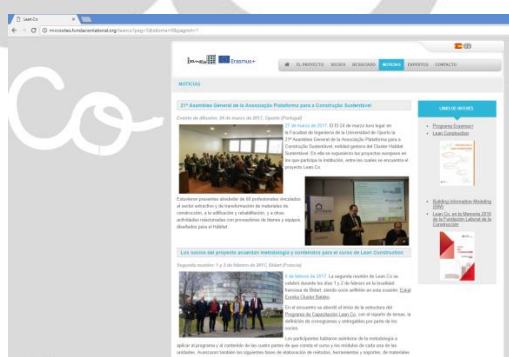
SOCIOS ES/EN



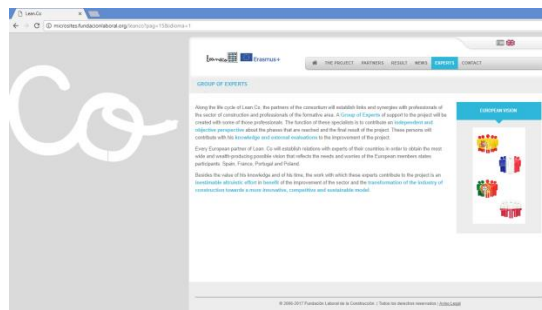
RESULTADO ES/EN



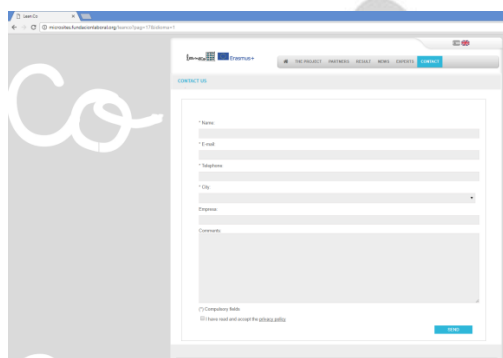
NOTICIAS ES/EN



GRUPO DE EXPERTOS ES/EN



CONTACTO ES/EN



2.4.3.2. Websites corporativas

Todos y cada uno de los socios se comprometen a dedicar una sección permanente al proyecto Lean.Co, con los datos fundamentales del proyecto (nombre, programa y acción a la que pertenece, identificación del proyecto, duración, presupuesto, socios, web/microsite), breve descripción del contenido del mismo y objetivos, junto con el logotipo del proyecto y el logotipo del programa Erasmus+, con la correspondiente leyenda de “renuncia” (disclaimer) obligada por la Comisión Europea.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

El apoyo de la Comisión Europea para la elaboración de esta publicación no implica la aceptación de sus contenidos, que es responsabilidad exclusiva de los autores. Por tanto, la Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Las directivas de Lean.Co proponen el apoyo de los socios del consorcio para difundir los contenidos que vaya generando el proyecto, a través de los boletines digitales de sus instituciones, ajustándose a las políticas institucionales de cada organismo.

El Boletín Digital de la Fundación Laboral de la Construcción es una newsletter semanal gratuita, que genera un canal de comunicación directo con las empresas y trabajadores de la construcción. En la actualidad tiene más de 99.000 suscriptores.



2.4.5. Redes Sociales

La Fundación Laboral de la Construcción como entidad coordinadora de Comunicación de Lean.Co, opta por la difusión sobre el proyecto a través de Twitter, LinkedIn y Facebook, como vías más óptimas para el eco de la información entre los grupos de audiencia destinatarios.

Los principales objetivos que se pretenden conseguir a través de estos canales de comunicación son:

- Aumentar la notoriedad y conocimiento del proyecto y sus objetivos.
- Establecer una nueva vía de comunicación y relación entre los socios, medios de comunicación y partes interesadas.
- Establecer nuevas relaciones profesionales, desarrollar redes de colaboración y crear nuevos contactos.
- Informar sobre el desarrollo del proyecto y sus hitos.
- Dar a conocer información sobre la metodología Lean, aplicada a la construcción, y ofrecer conocimiento relacionado con el aprendizaje y la formación continua de esta materia en el sector, con prioridad en la Unión Europea y en el resto del mundo.

Los contenidos a difundir a través de las redes sociales son:

- Información sobre el proyecto.
- Información sobre actividades organizadas por los socios del consorcio, en relación al tema del proyecto.
- Información sobre la metodología Lean, aplicada a la construcción, y el conocimiento relacionado con el aprendizaje y la formación continua de esta materia en el sector.
- Contenidos de las distintas secciones de la web Lean.Co.

Como declaración de intenciones en situación ideal, los criterios a seguir para las publicaciones serán:

- Un ritmo mínimo de cinco tuits a la semana para Twitter y una entrada mínima mensual para Facebook y LinkedIn.
- Las publicaciones incluirán, en la medida de lo posible, enlaces a la web Lean.Co para generar tráfico hacia los contenidos del proyecto, a los documentos y materiales subidos a la web y a las noticias publicadas en la plataforma.
- Igualmente, se incorporarán imágenes en la medida de lo posible, así como links hacia otras noticias y web de interés para el proyecto y los socios del consorcio.
- Se buscará un tono informativo, evitando opiniones ni juicios de valor, adaptado a cada red.
- Se retuitearán y se compartirán contenidos de actividades relacionadas, realizadas por otros socios o terceras partes afines al proyecto, así como informaciones sobre el tema central de Lean.Co.

Los perfiles a seguir a través de las redes sociales estarán relacionados con:

- Socios (sus instituciones y profesionales).
- Agencias y autoridad europeas.
- Entidades de EFP.
- Administración (europea, central, regional y local).
- Docentes, centros de Formación Profesional, universidades, etc.
- Otros proyectos afines.
- Medios de comunicación (generales y especializados).
- Portales especializados en el sector de la construcción, en formación y aprendizaje, en empresa, etc.
- Empresas y organizaciones empresariales.
- Sindicatos.
- Profesionales y organizaciones profesionales.

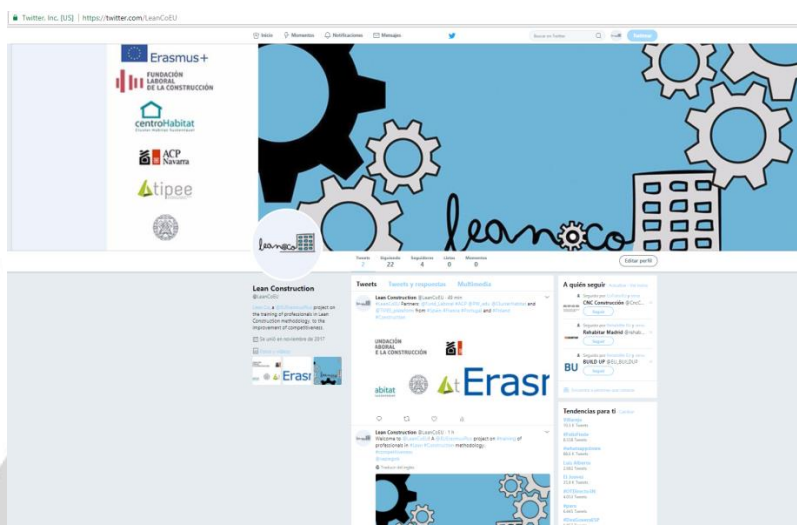
Es necesario recordar que la colaboración de los socios es vital para maximizar el potencial de las redes sociales. En este sentido, es esencial:

- La interacción en redes sociales con los perfiles de Lean.Co (likes, retuits, follows and follows back, menciones, intervenciones...).
- Mantener comunicación fluida y enviar a las personas responsables del proyecto de la Fundación Laboral de la Construcción información actualizada –y materiales correspondientes: fotos, programas, etc.- sobre eventos de difusión del proyecto, noticias relacionadas con el mismo y acciones en sus respectivos países y regiones.
- La involucración de las instituciones partícipes en el proyecto con los perfiles de Lean.Co y el apoyo en los mismos de las personas que colaboran en esta iniciativa europea.

✓ TWITTER

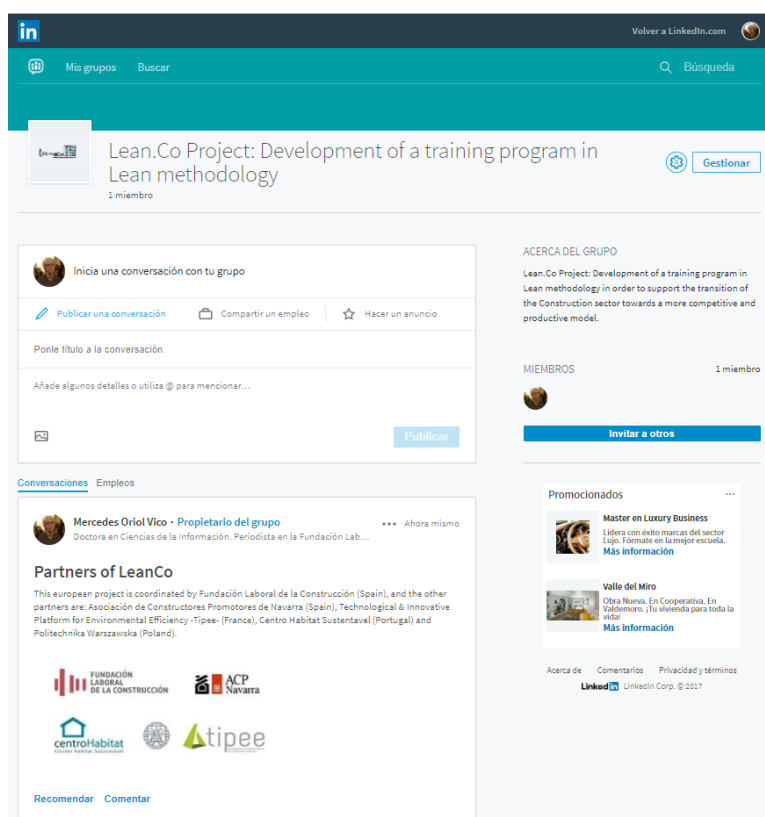
El perfil de Lean.Co es @LeanCoEU, y los hashtags claves recomendados: #LeanCoEU, #aprendizaje, #Lean, #procesos, #formacióncontinua, #FP #FPDual, #innovación, #procesos

Esta red social permite el lanzamiento de mensajes claros, concisos y continuos sobre Lean.Co, las iniciativas del proyecto y de sus socios al respecto, y sobre informaciones afines. De esta manera, se persigue que, con tiempo y dedicación, el perfil de Lean.Co se convierta en fuente de información referente.



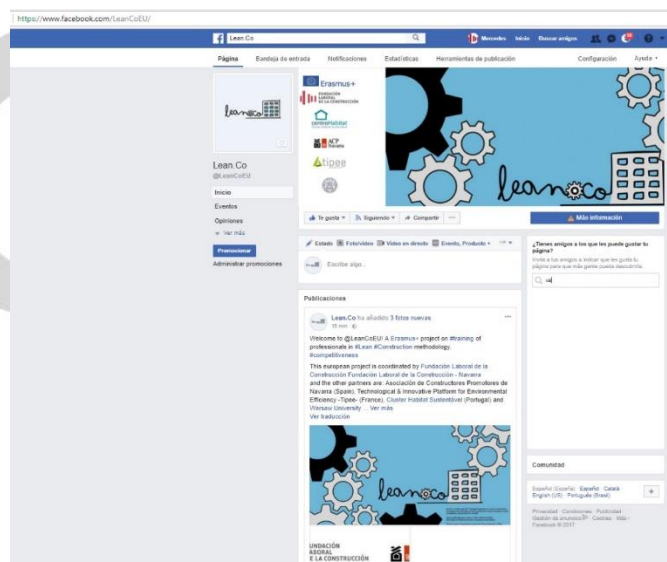
✓ LINKEDIN

En cumplimiento con las normas de LinkedIn, por las que no se permite abrir perfil directo de un proyecto, se opta como mejor elección por crear un grupo de debate, accesible a través de una dirección que será similar a la siguiente: <https://www.linkedin.com/groups/12075079>, para que los socios del consorcio y otras partes interesadas puedan participar con sus aportaciones y conocimientos sobre el tema del proyecto



✓ FACEBOOK

En cumplimiento con las normas de Facebook, por las que no se permite abrir perfil directo de un proyecto, se opta como mejor elección por crear una página, accesible a través de: <https://www.facebook.com/LeanCoEU/>



En la siguiente tabla se ha resumido la presencia en Internet de los socios del proyecto Lean.Co, con las webs corporativas y los perfiles correspondientes en las tres redes sociales en las que tendrá presencia el proyecto.

Perfiles y presencia en Internet de interés del proyecto Lean.Co		
Instituciones	Red Social/Web	URL
Fundación Laboral de la Construcción	Web	http://www.fundacionlaboral.org/
	Twitter	@Fund_Laboral
	Facebook	https://www.facebook.com/FundacionLaboralConstruccion
	Linkedin	https://www.linkedin.com/company/fundacion-laboral-de-la-construccion
Asociación de Constructores Promotores de Navarra	Web	www.acpnavarra.com
	Twitter	
	Facebook	
	Linkedin	
Cluster Habitat Sustentável	Web	http://www.centrohabitat.net/
	Twitter	@ClusterHabitat
	Facebook	https://www.facebook.com/clusterhabitat/
	Linkedin	https://www.linkedin.com/company/10444135/
Politechnika Warszawska	Web	http://www.il.pw.edu.pl/index.php/pl/
	Twitter	@PW_edu
	Facebook	https://www.facebook.com/WarsawUniversityofTechnology
	Linkedin	https://pl.linkedin.com/edu/politechnika-warszawska-15980
Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency -Tipee-	Web	www.plateforme-tipee.com
	Twitter	@TIPEE_platform
	Facebook	NO
	Linkedin	https://www.linkedin.com/company/5282600/

2.4.6. Reuniones y eventos

En las reuniones previstas y eventos de difusión de resultados del proyecto, el beneficiario principal y los beneficiarios organizadores deben intentar asegurar la presencia del cartel del proyecto en tamaño A3, así como en A4 (para indicaciones), y el roll up, en el acto de difusión final.

En los informes periódicos de Difusión se dará cuenta, con datos y fotografías, de las reuniones y la participación en eventos que se hayan desarrollado hasta el momento, acompañados por la repercusión en medios que hubiera. Finalmente, se recogerán todos en el informe final de Difusión del proyecto Lean.Co.

2.4.7. Redes internacionales y congresos

En la visualización internacional de Lean.Co juega un papel destacado la participación del proyecto en redes internacionales y congresos, que se identificarán ad hoc a lo largo de la vida del proyecto y en su periodo de explotación posterior. En este sentido, la colaboración de los socios para identificar y señalar aquellos marcos de participación más interesantes y oportunos, es imprescindible para asegurar una oportuna proyección y reconocimiento del proyecto.

Es importante difundir el proyecto en redes nacionales e internacionales, a través de las webs y los eventos de estas redes, destacando las siguientes:

- Europeas:
 - Reforme, the Network for the Vocational Education and Training in the construction sector in Europe: <http://www.reforme.org/>
 - Fiec, European Construction Industry Federation: <http://www.fiec.eu/>
 - Conference on Project Development (CPD): <https://sites.google.com/site/conferenceonprojectdevelopment/>
 - Programa Meda: <http://www.etf.europa.eu/>
 - European Innovation Partnerships (EIP): http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?pg=eip
- Nacionales:
 - Infodays de otros proyectos europeos.
 - Refernet: <http://www.refernet.es>

III. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

La colaboración de todas las partes implicadas y grupos de interés en el proyecto Lean.Co es fundamental para la consecución de los objetivos del mismo. Es una garantía, además, de transparencia y claridad. Por este motivo, las acciones de comunicación están dirigidas a promover el contacto entre las partes y la difusión de los contenidos y resultados del proyecto.

Los socios tienen un papel activo en la difusión del proyecto, por lo que las actividades de comunicación se plantean de forma participativa, a fin de que el consorcio contribuya a aumentar el efecto multiplicador de la información y llegar a los grupos de audiencia definidos.

La sostenibilidad del proyecto y el éxito de las acciones de comunicación descritas en el Plan de Comunicación dependen de la implicación de los todos y cada uno de los socios beneficiarios del consorcio de Lean.Co.

La efectividad de las acciones de comunicación tiene su base en el punto confluyente entre los objetivos específicos de comunicación y los indicadores identificados, orientadas a los diferentes públicos a las que se dirigen.

A continuación, se especifica la descripción de los objetivos y las actividades de comunicación, por grupos de audiencia.

Grupo 1. Socios del proyecto Lean.Co y responsables de gestión del Programa Erasmus+.

OBJETIVOS:

- Mantener una comunicación sistematizada y una información fluida.
- Asegurar la garantía, la transparencia y el éxito del Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión.
- Asegurar la identificación, visibilidad y posicionamiento del leitmóvil y marca de Lean.Co, así como la difusión del contenido, resultados y productos originados en el proyecto, y los beneficios, ventajas y oportunidades según cada grupo de audiencia.
- Asegurar que los contenidos, resultados y productos, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios del espacio europeo.
- Asegurar que las herramientas de difusión consiguen comunicar de forma sencilla los contenidos, resultados y producto del proyecto, al mismo tiempo que trabajan la transferencia, explotación y sostenibilidad de sus resultados.
- Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, y hasta la entrega de los últimos productos, a los actores sectoriales, académicos y de la Administración que son clave para integrar la innovación identificada y capitalizarla en las estructuras de gestión pública del espacio europeo.
- Crear un vínculo permanente con los actores académicos, empresariales, sectoriales, políticos, sociales y de la Administración, de tal modo que participen de forma activa en las acciones técnicas y apliquen los

resultados innovadores que se capitalicen o produzcan, poniendo en valor los apoyos institucionales y profesionales al proyecto, junto con los resultados.

- Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

1. Generación de marca:

- Diseño del logotipo del proyecto, que estará presente en todas las acciones de comunicación y difusión que se realicen a lo largo del proyecto.
- Creación de la línea gráfica del proyecto, que estará presente en los perfiles de las redes sociales y en materiales de difusión del proyecto (plantillas de documentos, para informes de difusión, etc.).
- Creación y actualización de perfiles en redes sociales.
- Diseño de la cartelería con información del proyecto, que estará presente en todos los eventos que se desarrollen a lo largo del proyecto: reuniones, foros, eventos multiplicadores...
- Elaboración y gestión de materiales para difusión: notas de prensa, textos e imágenes, etc.

2. Desarrollo de la web/microsite Lean.Co y de la Plataforma Lean.Co, que servirán de centro neurálgico desde el que compartir el conocimiento generado en el proyecto y ofrecer los servicios descritos en el proyecto.

3. Elaboración del Plan de Comunicación, como documento de gestión y guía de la Estrategia de Difusión del proyecto.

4. Evaluación de los objetivos de comunicación, a través de informes periódicos, uno de ellos, el final.

5. Celebración y difusión de las reuniones presenciales entre los socios, y las que requiera el proyecto por videoconferencia.

6. Difusión de los resultados desarrollados a lo largo del proyecto.

Grupo 2. Profesionales del sector de la construcción, asociaciones de profesionales, sindicatos, formadores, etc.

OBJETIVOS:

- Asegurar que los contenidos, resultados y producto final, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios de cada uno de los países que participan en el proyecto, y del espacio europeo.
- Asegurar que las herramientas de difusión consiguen comunicar de forma sencilla los contenidos, resultados y producto final del proyecto, al mismo tiempo que trabajan la transferencia, explotación y sostenibilidad de sus resultados.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

1. Información y difusión del proyecto y sus resultados por medio de reuniones directas, la web/microsite de Lean.Co y la Plataforma web de formación, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
2. Presentación y difusión del proyecto y su producto final: implementación de un nuevo programa de Formación Profesional, especializado en la capacitación de la Metodología Lean Construction, para profesionales del sector de la construcción, que les proporcione los conocimientos necesarios y las competencias específicas para aplicar el enfoque de dicha metodología dentro de la empresa.

Grupo 3. Empresas clusters y asociaciones empresariales claves del sector de la construcción en España, Francia, Portugal y Polonia, sus miembros y representantes.

OBJETIVOS:

- Crear un vínculo permanente con los actores empresariales, sectoriales, políticos, sociales y de la Administración, de tal modo que participen de forma activa en las acciones técnicas y apliquen los resultados innovadores que se capitalicen o produzcan, poniendo en valor los apoyos institucionales y profesionales al proyecto, junto con el resultado final.
- Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, y hasta la entrega de los últimos productos, a los actores empresariales, políticos y de la Administración que son clave para integrar la innovación identificada y capitalizarla en las estructuras de gestión pública del espacio europeo.
- Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

1. Información y difusión del proyecto y sus resultados por medio de reuniones directas, la web/microsite de Lean.Co y la Plataforma web de formación, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
2. Presentación y difusión del proyecto y su producto final: implementación de un nuevo programa de Formación Profesional, especializado en la capacitación de la Metodología Lean Construction, para profesionales del sector de la construcción, que les proporcione los conocimientos necesarios y las competencias específicas para aplicar el enfoque de dicha metodología dentro de la empresa.

Grupo 4. Instituciones sectoriales de referencia en la Enseñanza y Formación Profesional (EFP) en España, Francia, Portugal y Polonia en la industria de la construcción.

OBJETIVOS:

- Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, y hasta la entrega de los últimos productos, a los actores políticos y de la Administración que

son clave para integrar la innovación identificada y capitalizarla en las estructuras de gestión pública del espacio europeo.

- Crear un vínculo permanente con los actores empresariales, sectoriales, políticos, sociales y de la Administración, de tal modo que participen de forma activa en las acciones técnicas y apliquen los resultados innovadores que se capitalicen o produzcan, poniendo en valor los apoyos institucionales y profesionales al proyecto, junto con el resultado final.
- Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

1. Información y difusión del proyecto y sus resultados por medio de reuniones directas, la web/microsite de Lean.Co y la Plataforma web de formación, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
2. Presentación y difusión del proyecto y su producto final: implementación de un nuevo programa de Formación Profesional, especializado en la capacitación de la Metodología Lean Construction, para profesionales del sector de la construcción, que les proporcione los conocimientos necesarios y las competencias específicas para aplicar el enfoque de dicha metodología dentro de la empresa.

Grupo 5. Stakeholders, Administración Pública –local, regional, nacional, europea- e instituciones asociadas, Universidad, organismos y entidades públicas de otros países miembros de la Unión Europea, decisores políticos –locales, regionales, nacionales y europeos-, medios de comunicación, otros grupos de interés, sociedad en general.

OBJETIVOS:

- Asegurar que los contenidos, resultados y producto final, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios de cada uno de los países que participan en el proyecto, y del espacio europeo.
- Asegurar que las herramientas de difusión consiguen comunicar de forma sencilla los contenidos, resultados y producto final del proyecto, al mismo tiempo que trabajan la transferencia, explotación y sostenibilidad de sus resultados.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN:

1. Información y difusión del proyecto y sus resultados por medio de reuniones directas, la web/microsite de Lean.Co y la Plataforma web de formación, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
2. Presentación y difusión del proyecto y su producto final: implementación de un nuevo programa de Formación Profesional, especializado en la capacitación de la Metodología Lean Construction, para profesionales del sector de la construcción, que les proporcione los conocimientos necesarios y

las competencias específicas para aplicar el enfoque de dicha metodología dentro de la empresa.

En el siguiente cuadro, se resumen las principales acciones de comunicación del proyecto Lean.Co, con la planificación temporal general de su desarrollo.

Acciones de comunicación				
Ref.	Acciones	Indicadores y evidencias	Fecha	Objetivos
CI T1 T1.1	Plan de Comunicación y Explotación	-Plan de Comunicación y Explotación.	Julio 2017	Asegurar la identificación, visibilidad y posicionamiento del leítmotiv y marca de Lean.Co, así como la difusión del contenido, resultados y productos originados en el proyecto, y los beneficios, ventajas y oportunidades según cada grupo de audiencia.
CE T1.2	Creación del logotipo y de la línea gráfica del proyecto	-Logotipo. -Imagen gráfica. -Aplicaciones a documentos. -Manual de uso de logotipos.	Noviembre 2016	
CE T2 T2.1	Web/microsite del proyecto ES/EN	-Plataforma web. -Comunicación del lanzamiento por redes sociales.	Julio 2017	
CE T2.2	Websites corporativas de los socios	-url de la presencia del proyecto.	Enero 2017	
CE T3 T3.1	Creación de perfiles en redes sociales: Twitter, LinkedIn y Facebook.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	Noviembre 2017 Oct. 2016/Sept. 2018	
CE T3.2	Redes sociales corporativas de los socios	-Entradas y menciones con difusión del proyecto.	Oct. 2016/Sept. 2018	
CE T4	Campaña de publicidad: carteles, folletos, etc.	-Carteles -Roll up. -Número de impresiones y entregas.	Mayo/Junio 2017	
CE T5	Newsletters de los socios	-Publicación y envío. -Número de suscriptores. -Índices de apertura. -url de las news.	Oct. 2016/Sept. 2018	Asegurar la garantía, la transparencia y el éxito del Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión.
CE T6	Relación con medios locales, regionales y nacionales	-Número de referencias y apariciones en los medios. -url de las noticias, título, fecha, medio. -Número de medios. -Número de NP.	Oct. 2016/Sept. 2018	
CI T7 T7.1 T7.2 T7.3 T7.4	Evaluación de los objetivos de comunicación, impacto, transferencia y explotación	-Informes semestrales de evaluación de comunicación. -Informe final de Difusión.	Marzo 2017 Agosto 2017 Marzo 2018 Septiembre 2018	
CI/CE T8 T8.1	Reuniones del Comité Directivo del consorcio	-Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en el microsite del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Octubre 2016 Febrero 2017 Noviembre 2017 Marzo 2018 Septiembre 2018	

CE T9	Eventos multiplicadores (uno por cada país participante)	-4 eventos multiplicadores de difusión. -Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en el microsite del proyecto. -Evidencias de la difusión.	3 de septiembre de 2018	Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, y hasta la entrega de los últimos productos, a los actores políticos y de la Administración que son clave para integrar la innovación identificada y capitalizarla en las estructuras de gestión pública del espacio europeo. Crear un vínculo permanente con los actores empresariales, sectoriales, políticos, sociales y de la Administración, de tal modo que participen de forma activa en las acciones técnicas y apliquen los resultados innovadores que se capitalicen o produzcan, poniendo en valor los apoyos institucionales y profesionales al proyecto, junto con los resultados. Asegurar que los contenidos, resultados y productos, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios del espacio europeo. Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.
CE T10	Redes internacionales y congresos	-Participación en 20 eventos. -Presentaciones. -Hoja de firmas de difusión. -Fotografías. -Información en el microsite del proyecto.	Octubre 2016/Septiembre 2018	Asegurar que los contenidos, resultados y productos, y el know-how del consorcio de Lean.Co llegan a todos los potenciales usuarios del espacio europeo. Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.

IV. CRONOGRAMA

Las actividades de Comunicación y Difusión del proyecto Lean.Co se realizarán según el siguiente calendario, que se irá ajustando, en caso necesario, a los cambios que puedan surgir a lo largo de la vida del proyecto.

Cronograma Difusión Proyecto Lean.Co (24 meses)																								
Proyecto para el desarrollo de formación de profesionales, basado en la metodología Lean Construction																								
Actividades de Comunicación	2016			2017												2018								
	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Creación de imagen y manual de identidad																								
Plan de Comunicación																								
Carteles/plantillas																								
Informe Difusión																								
Webs corporativas																								
Web/microsite																								
Actualización web																								
Reuniones																								
Eventos multiplicadores																								
Newsletters																								
Redes sociales (crear perfiles)																								
Actualización redes sociales																								
Informaciones y artículos																								
Participación en redes internacionales, congresos y premios																								

V. CONTROL Y SEGUIMIENTO: INFORMES PERIÓDICOS

Para medir los resultados de las acciones de comunicación de Lean.Co y evaluar las medidas previstas en el Plan de Comunicación, se realizarán cuatro informes periódicos de Difusión –marzo y agosto de 2017, y febrero y septiembre de 2018– que se recogerán en un informe de Difusión final –septiembre de 2018–.

Estos análisis, basados en objetivos e indicadores de seguimiento cuantitativos, garantizan un adecuado control y seguimiento del proyecto, así como una gestión eficaz y transparente.

El cuadro de objetivos e indicadores que presenta este Plan de Comunicación (ver apartado 2.1) y su Estrategia de Difusión sirven como arranque y criterio de valoración para los informes que se realicen a lo largo del proyecto.

Con el fin de ser más eficaces y facilitar el trabajo colaborativo con los socios de Lean.Co, se han preparado unas plantillas de recolección de datos de comunicación y difusión (ANEXO) para que cada miembro del consorcio rellene con las acciones llevadas a cabo por cada parte, durante el periodo correspondiente a cada informe previsto. El coordinador de Comunicación del proyecto recopilará la información local y elaborará el informe y análisis global periódico, así como el final.

Los socios informarán a través de este formulario sobre las acciones y actividades de comunicación y difusión que hayan realizado durante el periodo de referencia del proyecto, específicamente sobre los siguientes aspectos:

- Presencia en las **webs corporativas** de los socios, indicando la presencia de la información en su web corporativa, con url correspondiente y capturas de pantalla.
- Difusión en los **medios de comunicación**, indicando la presencia del proyecto en medios locales, regionales y nacionales, así como en boletines corporativos (si los tuvieran); e incluyendo nombre del medio, fechas y url donde se haya publicado la información. Respecto a **boletines corporativos**, siempre que sea posible, también número del boletín, número de suscriptores e índice de apertura.
- Difusión en **Redes Sociales**, indicando presencia de Lean.Co en redes sociales corporativas (Twitter, Facebook o LinkedIn), y capturas de pantalla.
- Lanzamiento de **Notas de Prensa (NP)**: aunque este tipo de difusión se hará en coordinación con el beneficiario principal del proyecto, cada socio recopilará los comunicados de prensa que haya gestionado en su región, indicando número de medios a los que los envió, enlace en web corporativa –en caso de que se suba al sitio web–, NP, así como fotografías incluidas en el comunicado de prensa.
- Difusión del **proyecto en eventos**, indicando todos los foros en los que Lean.Co fue presentado o difundido, especificando nombre del evento, fecha, número de asistentes, fotografías y una breve descripción de su naturaleza (profesionales, instituciones locales, etc.).

VI. EVALUACIÓN E IMPACTO: INFORME FINAL

El objetivo principal de la evaluación es analizar el proceso de ejecución y los resultados e impactos obtenidos mediante el Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión. Asimismo, se valorará el cumplimiento de la gestión y planificación de la estrategia y de las medidas aplicadas y acciones llevadas a cabo.

La evaluación e impacto del Plan de Comunicación del proyecto Lean.Co se presentará en el informe de Difusión final –septiembre de 2018–. En este último documento:

- Se recopilará toda la información de los informes previos de Difusión y de la correspondiente al término del proyecto.
- Se realizará el análisis documental del Plan de Comunicación y la estrategia de Difusión, con revisión acorde al proyecto Lean.Co y a las líneas del programa Erasmus+.
- Se procederá al análisis de los indicadores de acción marcados en el Plan de Comunicación y de los indicadores de resultados conseguidos.
- Se desarrollarán las conclusiones y la exposición sobre la contribución del Plan de Comunicación al proyecto Lean.Co.

VII. EXPLOTACIÓN

Las acciones incluidas en el Plan asegurarían la explotación de los resultados del proyecto y su uso y respaldo por todas las partes interesadas. A este respecto, es de destacar que el consorcio se compromete a ejecutar este plan, no sólo durante la vida del proyecto, sino también cuando se haya completado el proyecto. Para ello, la Fundación Laboral de la Construcción se encargará de garantizar que los resultados del proyecto se utilicen en los países participantes mediante un seguimiento semestral durante los tres primeros años después de la conclusión del proyecto.

Los resultados ofrecidos por Lean.Co tienen una alta transferibilidad en los propios países del consorcio, así como en otros estados de la Unión Europea y del espacio internacional. Las acciones de explotación estarán encaminadas al mantenimiento de la operatividad de la plataforma, la capitalización de los resultados obtenidos y la difusión de los mismos. Para ello:

- La Fundación Laboral de la Construcción, como socio beneficiario principal del proyecto Lean.Co, garantiza que la página web/microsite estará alojada en su servidor hasta 2021.
- Los cinco socios del consorcio se implicarán en la identificación de público potencialmente interesado en la explotación del resultado final.
- Los cinco socios del consorcio se responsabilizarán de asegurar la continuidad de la difusión de los resultados de Lean.Co y su transferencia al público potencialmente interesado, a partir de septiembre de 2018.

Hacia el final del proyecto, el coordinador de Lean.Co planteará un Plan de Sostenibilidad que permita desarrollar la actividad de la Plataforma Lean.Co en el futuro de manera autónoma y sostenible, que será llevada a cabo por la Fundación Laboral de la Construcción.

En relación al análisis crítico y balance de los resultados obtenidos en Comunicación, recogidos en el informe final de Difusión, la Fundación Laboral de la Construcción señalará una serie de medidas y pasos a seguir para maximizar el alcance de los indicadores de comunicación y apoyar la explotación y la sostenibilidad del proyecto Lean.Co.

ANEXO

Manual de Identidad Visual Corporativa del proyecto Lean.Co

INSTRUCCIONES PARA LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN

➤ **Uso del logo oficial de la Unión Europea**

Usted tiene el principal en nuestro blackboard, sección LOGOS, que es este:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Sin embargo, usted tiene varias versiones de diseño de este logotipo, como por ejemplo en blanco y negro o en blanco y azul para fondos de color. También lo tiene disponible en diferentes idiomas.

Puede encontrar **todas las versiones oficiales en todos los idiomas** y el manual de identidad visual en:

http://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_en

➤ **Incluya la cláusula de exención de responsabilidad (cuando sea posible)**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Puede encontrar la **versión en todos los idiomas** en:

http://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_en

➤ **Use el logo del proyecto**

Puede encontrarla en nuestra sección LOGOS de blackboard:



➤ **Use los logos de los socios**



Todos los logotipos de los socios están disponibles para su uso en blackboard del proyecto. Si algún socio detecta que hay algún error o que falta algo, infórmanos y sube a blackboard el logotipo correcto.

➤ **Referencias (cuando fuesen necesarias)**

Programa:
ERASMUS+

Project number:
2016-1-ES01-KA202-025694.

Duration:
24 meses [desde Oct. 2016 – Sep. 2018]

Budget:
154.630,00 €.

Partnership:
Fundación Laboral de la Construcción (España),
Asociación de Constructores Promotores de Navarra (España),
Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency -Tipee- (Francia),
Cluster Habitat Sustentável (Portugal) y
Politechnika Warszawska (Polonia).

➤ **Evidencias de los evento de difusión: hojas de firmas e imágenes**

Cuanto mayor sea la difusión, mayor será el impacto. Cada vez que usted/su institución tenga un evento (como una conferencia, reuniones internacionales o cualquier otro foro), puede aprovechar la oportunidad para difundir el proyecto Lean.Co. Es muy importante recoger pruebas para la Agencia, tales como firmas de los asistentes, fotos, videos, etc.

Tienes en blackboard la plantilla para las Hojas de Firmas que se utilizarán en los Eventos de Diseminación. Debe modificarla cuando le resulte conveniente (fecha, lugar, etc.).

➤ **Redes Sociales**

Para las acciones de difusión en Twitter, Facebook y LinkedIn, utilice los siguientes hashtags para clasificar las publicaciones compartidas y permitir a cualquiera encontrarlas y seguirlas a través del navegador.

Hashtags:	#LeanCoEU
	#aprendizaje
	#Lean
	#procesos
	#formacióncontinua,
	#FP
	#FPDual
	#innovación

Por supuesto, puede añadir # en sus idiomas nacionales. Considere que un hashtag debe ser escrito en una sola palabra sin espacios.

También le pedimos que mencione a los usuarios/instituciones involucrados en sus mensajes. Para mencionar a alguien en Twitter y/o Facebook y LinkedIn, añada su nombre de usuario precedido por el @.

De esta manera, los usuarios/instituciones involucrados recibirán una notificación de los mensajes que envíes relacionados con el proyecto Lean.Co y podrán interactuar (responder, retweet, likes...) si así lo desean.

Es necesario mencionar siempre el perfil del proyecto (@LeanCoEU) y el coordinador del proyecto (@Fund_Laboral).

Para mencionar el perfil de Twitter del Proyecto:	<u>@LeanCoEU</u>
Para mencionar a ERASMUS+:	<u>@EUErasmusPlus</u>
Para mencionar a la Agencia Nacional Española:	<u>@sepiegob</u>
Para mencionar a los socios:	<u>@Fund_Laboral</u>
	<u>@ClusterHabitat</u>
	<u>@PW_edu</u>
	<u>@TIPEE_plateform</u>

➤ Informar a la Fundación sobre las acciones de difusión realizadas

Para ello, usted tiene que utilizar la plantilla proporcionada por nosotros.

También tienes que subir a blackboard cualquier acción de difusión del proyecto, ya sea fotos, hojas de firmas, folletos o cualquier otra acción.

Coordinator of the project:



Fundación Laboral de la Construcción (Spain)

Partners of the project:



Asociación de Constructores Promotores de Navarra (Spain)



Technological & Innovative Platform for Environmental Efficiency -Tipee- (France)



Centro Habitat Associacao Plataforma para a Construcao Sustentavel (Portugal)



Politechnika Warszawska (Poland)

