

UPP GAMES. COMPETENCIAS BÁSICAS EN SEGURIDAD Y SALUD EN TRABAJOS EN ALTURA ADQUIRIDAS A TRAVÉS DE JUEGOS SERIOS

Plan de Comunicación

Difusión, explotación e impacto



Enero 2019



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



ERASMUS+ Programme
Key Action 2 | Call 2017
Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices

Project Number:
2017-1-ES01-KA202-038262

Partnership:

- Fundación Laboral de la Construcción (Spain)
- Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (Luxembourg)
- Open Universiteit Nederland (Netherlands)
- Westdeutscher Handwerkskammertag (Germany)
- Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme -Ifapme- (Francia).
- Centro Edile Andrea Palladio (Italy)
- Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia (Slovenia)

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.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. INFORMACIÓN BÁSICA DEL PROYECTO Y CONTEXTO	10
1.2. METODOLOGÍA DE COMUNICACIÓN	12
2. ESTRATEGIA	13
2.1. OBJETIVOS	16
2.2. AUDIENCIA	20
2.3. MENSAJES	20
2.4. RECURSOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN	21
2.4.1. Recursos Humanos	21
2.4.2. Logotipo y línea gráfica	22
2.4.3. Websites: microsite de Upp Games y webs de los socios	28
2.4.4. Newsletters	29
2.4.5. Redes Sociales	31
2.4.6. Reuniones y eventos	36
2.4.7. Redes internacionales y congresos	36
3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	43
4. CRONOGRAMA	49
LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO UPP GAMES 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.....	
5. CONTROL Y SEGUIMIENTO: EVALUACIÓN PERIÓDICA	44
6. EVALUACIÓN E IMPACTO: INFORME FINAL	45
7. EXPLOTACIÓN	46
ANEXOS	47

UPP GAMES

COMPETENCIAS BÁSICAS EN SEGURIDAD Y SALUD EN TRABAJOS EN ALTURA ADQUIRIDAS A TRAVÉS DE JUEGOS SERIOS

1. INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicación de Upp Games 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 Upp Games, 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 del paquete de trabajo transversal de Difusión, Explotación e Impacto de Upp Games, 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 Upp Games 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, incluido en el presente documento.

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 Upp Games 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.

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 Upp Games 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 del proyecto. De ahí que la implicación de todos y cada uno de los socios sea esencial, así como el apoyo de profesionales y representantes de las instituciones que participan.

1.1. Información básica del proyecto y contexto

El proyecto Upp Games tiene el objetivo principal de promover la adquisición de competencias básicas en materia de Seguridad y Salud para trabajos en altura, a través del desarrollo y la implementación de juegos serios para dispositivos móviles. Se enmarca en la convocatoria de 2017 del Programa Erasmus+ de la Unión Europea, dentro de la Acción Clave 2 de Cooperación para la Innovación y el Intercambio de Buenas Prácticas.

En este sentido y teniendo como punto de partida el éxito del proyecto **Health & Safety Games** –iniciativa liderada por la fundación Laboral de la Construcción, desarrollada entre 2015 y 2017–, Upp Games se propone continuar con el trabajo y reducir los altos niveles de accidentabilidad laboral de los trabajos en altura, así como afrontar la carencia de métodos de enseñanza innovadores en materia de Prevención de Riesgos Laborales (PRL).

En conclusión, el proyecto actual pretende reducir los índices de siniestralidad laboral combinando metodologías didácticas innovadoras con las posibilidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), a través del uso de una herramienta educativa abierta e innovadora que ayude a afrontar los desafíos en formación (mejorando la formación especializada y el atractivo del sector) y la innovación.

Agentes impulsores

Siete instituciones de siete países miembros de la Unión Europea participan en este proyecto, coordinado por la Fundación Laboral de la Construcción (España). El resto de socios son:

- Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment -IFSB- (Luxemburgo).
- Open Universiteit Nederland -OUN- (Países Bajos).

- Westdeutscher Handwerkskammertag -WHKT- (Alemania).
- Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme -Ifapme- (Francia).
- Centro Edile Andrea Palladio -CEAP- (Italia).
- Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia -CCIS- (Eslovenia).

Para lograr el objetivo esencial del proyecto, el consorcio desarrollará e implementará unos resultados formativos -en forma de productos didácticos- para dotar a los profesionales y futuros profesionales del sector de la construcción de competencias básicas en materia de Seguridad y Salud en trabajos en altura, con el fin último de apoyar la transición hacia una industria de la construcción más competitiva y cualificada.

Se desarrollarán **cinco productos principales** dirigidos a: formadores y aprendices de Educación y Formación Profesional (EFP); trabajadores del sector de la construcción; migrantes, trabajadores poco cualificados y jóvenes. En concreto:

- Definir un marco de aprendizaje teórico y práctico de los principales riesgos, factores de riesgo y medidas preventivas para los trabajos en altura, en el que participen formadores, estudiantes y expertos en EFP desde el inicio de su creación. Estos resultados se materializarán en una **Guía Práctica**, que servirá de apoyo a los procesos de formación.
- Proponer un enfoque educativo innovador mediante el desarrollo, testeo e implementación de juegos formativos a través del desarrollo de una **App**. Gracias a la gamificación del aprendizaje, el alumno se sitúa en el centro del proceso de formación; mientras que el formador se convierte en un actor clave del proceso de aprendizaje a través del desarrollo, utilización y planteamiento de futuras mejoras de estas herramientas. Por ello, se desarrollará una **Guía para formadores** que permita sacar el máximo rendimiento de las herramientas didácticas.
- Dotar de autonomía, explotación y transferencia a los procesos de aprendizaje y capacitación que se consigan durante el desarrollo de esta iniciativa, incluso más allá del final del ciclo de vida del proyecto. Asimismo, para asegurar el éxito de las herramientas pedagógicas, se someterán a un **Informe de validación** desde el punto de vista técnico, pedagógico y tecnológico.
- Diseñar una **hoja de ruta** que establezca los estándares y los pasos necesarios para el reconocimiento de la formación propuesta, de acuerdo con el Marco Europeo de Cualificaciones EQF (European Qualification Framework) y el Sistema Europeo de Créditos para la Educación y Formación Profesional ECVET (European Credit system for Vocational Education and Training (EQAVET)).

Este proyecto, que está financiado por la Comisión Europea con 173.925,00 €, comenzó en diciembre de 2017 y tendrá una duración de 24 meses, llegando a su fin en diciembre de 2019.

1.2. Metodología de Comunicación

La metodología que sigue el Plan de Comunicación del proyecto Upp Games se basa 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 de las propiedades a cumplir:

- ✓ **S:** *Specific*/Específico (también, Strategic/Estratégico).
- ✓ **M:** *Measurable*/Medible.
- ✓ **A:** *Attainable*/Alcanzable.
- ✓ **R:** *Relevant*/Relevante.
- ✓ **T:** *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 Upp Games 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.

2. ESTRATEGIA

La Estrategia de Difusión es un documento director que traza una guía, a través del Plan de Comunicación, con un conjunto de herramientas y procedimientos que sirve para asegurar que los mensajes claves del proyecto lleguen al público objetivo. Asimismo, es un pilar esencial para el logro de los objetivos generales, planteados en la propuesta.

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 una herramienta sistemática de aplicación de la estrategia.

Upp Games apuesta porque el impacto de la difusión se extienda durante 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 está acorde a las políticas de comunicación corporativas de los socios del consorcio. De ahí que, aunque el idioma principal del proyecto sea el inglés, las herramientas principales de comunicación se traducirán a los idiomas del consorcio, según se valore por el propio partenariado, en: español, francés, alemán, holandés, italiano y eslovaco.

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 Upp Games.
- 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.
- Reforzar la cooperación europea, sobre todo en los países del consorcio, para la mejora de las competencias básicas en materia de Seguridad y Salud para trabajos en altura de la industria de la construcción comunitaria.
- 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 Upp Games 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).
 - Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment -IFSB- (Luxemburgo).
 - Open Universiteit Nederland -OUN- (Países Bajos).
 - Westdeutscher Handwerkskammertag -WHKT- (Alemania).
 - Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme -Ifapme- (Francia).
 - Centro Edile Andrea Palladio -CEAP- (Italia).
 - Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia -CCIS- (Eslovenia).

- 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.
- Plataforma de Google Drive.
- 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 llevar a cabo la gestión y coordinación periódica, 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/upp-games> en 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 Plataforma web <http://microsites.fundacionlaboral.org/upp-games>.
- 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: #UppGamesEU, #juegosserios o #seriousgames, #innovación, #formación, #prevención, #riesgoslaborales, #PRL.
- Material de difusión: carteles, roll ups, folletos, etc.
- Newsletters corporativas de los socios.

En conclusión, la Estrategia de Difusión del proyecto Upp Games responde a los objetivos comunicativos del proyecto, de forma específica, y a los objetivos globales, de forma

general. Para ello, se pondrán en marcha acciones de comunicación que recibirán un control y seguimiento por parte del partenariado, a través de la medición de indicadores y la realización de una evaluación periódica y un 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 Upp Games 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 *leitmotiv* y marca de Upp Games, 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 Upp Games lleguen 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, al mismo tiempo que trabajan la transferencia, explotación y sostenibilidad de sus resultados.
- Involucrar desde la etapa de diseño de la propuesta, hasta la entrega de los últimos productos, a los actores 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.
- Fomentar la implementación de un enfoque educativo innovador a colación de las oportunidades que ofrecen las TIC y las herramientas o formatos digitales.
- Aumentar sinergias y asociaciones entre los actores del sector de la construcción, promoviendo dinámicas de trabajo que permitan visibilizar las necesidades existentes en torno a la prevención de accidentes laborales de los trabajos en altura y el potencial de las metodologías de enseñanza innovadoras.
- Optimizar y respaldar la viabilidad del proyecto, la consecución de objetivos y la transmisión y transferencia de conocimientos.

Los objetivos de comunicación del proyecto estarán impregnados por la visión holística de Upp Games 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 Upp Games					
Bloques	Ref.	Tareas de Difusión	Acciones de comunicación	Indicadores y evidencias	Fecha
Marca Upp Games	CI/CE T1 T1.1 T1.2	Estrategia de Difusión y Plan de Comunicación ES/EN	-Desarrollo de la Estrategia de Difusión y el Plan de Comunicación. -Puesta en marcha.	-Documento interno. -Actualización anual.	Marzo 2018 Enero 2019
		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). -Uso correcto de los socios.	Diciembre 2017
Web/microsite	CE T2 T2.1 T2.2	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.	-Microsite del proyecto. -Comunicación del lanzamiento por redes sociales. -Número de visitas.	Diciembre 2017
		Websites corporativas de los socios	-Difusión del proyecto, mediante presencia perdurable.	-Url de la presencia del proyecto. -Actualización.	Diciembre 2017
Redes Sociales	CE T3 T3.1 T3.2	Twitter	-Creación del perfil. -Actualización del perfil.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	Diciembre 2017 Febrero 2018
		LinkedIn	-Creación del grupo. -Actualización del grupo.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	Diciembre 2017 Septiembre 2018
		Facebook	-Creación de la página. -Actualización de la página.	-Puesta en marcha. -Número de seguidores. -Actualización.	Diciembre 2017 Febrero 2018
		Redes Sociales corporativas de los socios	-Difusión del proyecto.	-Entradas y menciones.	Dic 2017/ Dic 2019

Campaña de publicidad	CE T4	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.	Dic 2017/ Dic 2019
Newsletters	CE T5	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 newsletter.	Dic 2017/ Dic 2019
Medios de comun.	CE T6	Relaciones con medios locales, regionales y nacionales	-Difusión de comunicados de prensa (NP), artículos, reportajes, imágenes, materiales, etc.	-Referencias y apariciones en los medios. -Url de las noticias, título, fecha, medio. -Número de medios. -Número de NP.	Dic 2017/ Dic 2019
Informes	CI T7 T7.1 T7.2	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 periódicos de seguimiento y evaluación de comunicación.	Dic 2017/ Dic 2019
		Informe de Difusión Anual.		-Informe de Difusión Intermedio.	Dic 2017/ Oct 2018
		Informe de Difusión Final.		-Informe de Difusión Final (Global).	Dic 2017/ Dic 2019
Reuniones y Focus Groups	CI/CE T8	Reunión de lanzamiento Madrid (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.	19 y 20 de febrero 2018
		Focus Group Ljubljana (Eslovenia)			12 de abril 2018
		Focus Group Heerlen (Eslovenia)			19 de abril 2018
		Focus Group Alemania			9 de mayo 2018
		Focus Group Madrid (España)			18 de mayo 2018
		Focus Group Luxemburgo			22 de mayo 2018
		Focus Group Vicenza (Italia)			8 de junio 2018
		Segunda reunión Heerlen (Países Bajos)			13 y 14 de junio 2018

		Tercera reunión Vicenza (Italia)			13 y 14 de diciembre 2018
		Cuarta reunión Luxemburgo			4 y 5 de abril de 2019
		Quinta reunión Alemania			Diciembre de 2019
		Reuniones de seguimiento	-Organización, convocatoria y Agenda.	-Teleconferencias.	Diciembre 2017/ Diciembre 2019
	CE T9	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.	-6 eventos de difusión o eventos multiplicadores. -Un evento de difusión final (Alemania). -205 asistentes. -Fotografías. -Información en la web del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por OUNL (Países Bajos)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por Fundación Laboral de la Construcción (España)			22 de octubre de 2018
		Evento de difusión organizado por CEAP (Italia)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por Ifapme (Francia)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por IFSB (Luxemburgo)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por CCIS (Eslovenia)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de difusión organizado por Fundación Laboral de la Construcción (España)			Sep 2018/ Dic 2019
		Evento de Difusión Final organizado por WHKT (Alemania)			Nov-Dic 2019
Redes internacion ales	CE T10	Presentación de resultados en: -Reforme Network -Conference on Project Development -Energydays exhibition (IT) -Job Orienta exhibition	-Preparación de presentaciones. -Hoja de firmas. -Difusión, al menos, en la web del proyecto.	-Participación en eventos. -Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en la web del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Dic 2017/ Dic 2019

2.2. Audiencia

El Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión de Upp Games 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 Upp Games y responsables de la gestión del Programa Erasmus+ (destinatarios directos internos).
- **Grupo 2.** Formadores y aprendices de Educación y Formación Profesional (EFP), instituciones de EFP y centros de formación del sector de la construcción, así como los responsables de los programas de formación (destinatarios directos externos).
- **Grupo 3.** Profesionales del sector de la construcción, entre los que se engloban a: personas migrantes, trabajadores poco cualificados y trabajadores jóvenes, etc. (destinatarios directos externos).
- **Grupo 4.** *Stakeholders*; Administración Pública –local, regional, nacional, europea– y entidades públicas de otros países miembros de la Unión Europea; Empresas, clústeres y asociaciones empresariales clave del sector de la construcción europea; organizaciones sectoriales de referencia en EFP en los países del consorcio; medios de comunicación; y otros grupos de interés o la sociedad en general (destinatarios indirectos externos).

2.3. Mensajes

Los mensajes que plantea el Plan de Comunicación en relación con la Estrategia de Difusión son la esencia del proyecto Upp Games 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 Upp Games 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 Upp Games son los siguientes:

Mensajes claves para la difusión del proyecto Upp Games	
Aspectos a difundir	Mensaje



Proyecto europeo para impulsar el aprendizaje de competencias básicas en Seguridad y Salud en los trabajos en altura	"El proyecto europeo Upp Games es una iniciativa de la Unión Europea destinada a impulsar el aprendizaje de competencias básicas en materia de Seguridad y Salud de los profesionales del sector de la construcción que realicen trabajos en altura, a través de juegos serios diseñados para dispositivos móviles"
Proyecto perteneciente al Programa Erasmus+	"Upp Games, como parte del programa Erasmus+, cofinanciado por la Unión Europea, contribuye a mejorar la formación de los profesionales del sector de la construcción en Europa, con una propuesta innovadora que ayudará a realizar la necesaria transformación del sector hacia una industria cualificada, competitiva, segura y sostenible"
Beneficios de optar por metodologías de enseñanza innovadoras	"La implantación de metodologías y herramientas pedagógicas atractivas e innovadoras favorecen los procesos de aprendizaje o formación de la industria de la construcción, además gracias al elemento experiencial facilitan el aprendizaje y aumentan la motivación del alumno"
Fortalecimiento de la cultura preventiva de los trabajadores de la construcción	"Upp Games se propone reducir los altos índices de accidentes laborales, especialmente en trabajos en altura, apostando por la formación de los profesionales del sector en competencias de Seguridad y Salud"
Adaptar de manera óptima la EFP a las necesidades del mercado laboral	"Los proveedores de EFP de la construcción se beneficiarán de una modernización de los sus contenidos didácticos gracias al desarrollo de la App de Upp Games que atiende a los requisitos de las empresas y del mercado laboral" "La Guía para Formadores elaborada por el proyecto permite a los docentes y profesores de EFP de la construcción disponer de un recurso abierto, claro, dinámico, innovador y fácil de usar para mejorar y adaptar los juegos serios incluidos en la App"
Contribución al desarrollo profesional y al fomento de la competitividad del sector	"La transformación de un modelo tradicional en crisis por un nuevo marco más innovador, competitivo y sostenible, requiere de profesionales cualificados 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 en la Estrategia de Difusión.

Las herramientas y elementos clave de difusión y comunicación son: los recursos humanos; el logotipo y la línea gráfica; la plataforma *on line*; las newsletters de los socios; redes sociales; reuniones y eventos; redes internacionales, congresos y premios.

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 Upp Games está compuesto por las siguientes entidades y personas, que asumen los siguientes roles:

Equipo Comunicación proyecto Upp Games		
Instituciones	Roles	Personas
Fundación Laboral de la Construcción	Socio beneficiario principal Coordinador de Comunicación	Área de Comunicación y Difusión de Proyectos Internacionales (dos periodistas): - Mercedes Oriol. - Rosalía Sánchez.
		Apoyo del departamento de Comunicación Corporativa.
		Apoyo del departamento de Recursos Didácticos (Área de Diseño).
Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (IFSB)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Open Universiteit Nederland (OUNL)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Westdeutscher Handwerkskammertag (WHKT)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme (Ifapme)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Centro Edile Andrea Palladio (CEAP)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación
Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia (CCIS)	Socio beneficiario	Responsable de Comunicación

2.4.2. Logotipo y línea gráfica

El diseño específico del logotipo de Upp Games conjuga los elementos fundamentales del proyecto: innovación, Seguridad y Salud, y trabajos en altura en el sector de la construcción.

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



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

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

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

Paralelamente a la creación del logotipo, se ha diseñado y propuesto una línea creativa que homogeneiza la imagen de Upp Games en todas las herramientas desarrolladas por el proyecto, en redes sociales e internet.



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

Por parte de la coordinación de Comunicación de Upp Games se recomienda, a lo largo del proyecto, diseñar y producir cartelería oficial con información de la iniciativa. En concreto, se propone el diseño de carteles para reuniones y eventos del proyecto relevantes, como el evento de difusión final.

Además, se han creado documentos tipo en inglés para facilitar la comunicación del consorcio y para que, en la medida en que sea necesario o predictivo, se traduzca al resto de idiomas del partenariado para cumplir con las necesidades de difusión y desarrollo del proyecto: plantillas para documentos (plantilla de presentación, cubierta de informe, hoja interna o carta y documentos modelo para ayudar a la comunicación interna del partenariado), microsite y los perfiles del proyecto en redes sociales (Twitter, Facebook, LinkedIn) –herramientas de difusión que serán tratadas en el apartado 2.4.5.–.

Plantilla de portada de informe y carta u hoja interior (ES/EN)


 Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea
Cooperación para la Innovación y el Intercambio de Buenas Prácticas
 Número de Proyecto: 2017-1-ES01-KA202-038262


 FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN


UPP GAMES

Competencias básicas en materia de Seguridad y Salud para trabajos en altura

Título presentación

Autor/a: nombre, cargo y organización
 País, fecha



Tema general T.X. Título tarea



Texto → Texto → Texto

WPX Título del paquete de trabajo


 Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices
 Project Number: 2017-1-ES01-KA202-038262


 FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN


UPP GAMES

Basic Health and Safety skills on Works at Height through Serious Games

Presentation title

Author/a: name, position and organization
 Country, date



General theme T.X. Title Task



Text → Text → Text

WPX Title of the Work Package

Plantilla de presentación de Power Point (ES/EN)

<p>COMPETENCIAS BÁSICAS EN SEGURIDAD Y SALUD EN TRABAJOS EN ALTURA ADQUIRIDAS A TRAVÉS DE JUEGOS SERIOS</p> <p>Título <i>Subtítulo</i></p>  <p>UPP GAMES</p> <p> Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea</p> <p>Fecha</p>	 Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea	
<p>ERASMUS+ Programme Key Action 2 Call 2017 Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices</p>		
<p>Project Number: 2017-1-ES01-KA202-038262</p>		
<p>Partnership:</p> <ul style="list-style-type: none">* Fundación Laboral de la Construcción (Spain)* Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (Luxembourg)* Open Universiteit Nederland (Netherlands)* Wandfächer Handwerkskammer (Germany)* Centro Edile Andrea Palladio (Italy)* Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia (Slovenia)		
<p><small>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.</small></p>		



**BASIC HEALTH AND SAFETY
SKILLS ON WORKS AT HEIGHT
THROUGH SERIOUS GAMES**

Document title
Subtitle



Date



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



ERASMUS+ Programme
Key Action 2 | Call 2017
Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices

Project Number:
2017-1-ES01-KA202-038262

Partnership:

- Fundación Laboral de la Construcción (Spain)
- Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (Luxembourg)
- Open Universiteit Nederland (Netherlands)
- Westdeutscher Handwerkskammertag (Germany)
- Centro Edile Andrea Palladio (Italy)
- Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia (Slovenia)

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.



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

Plantilla para informes periódicos de Difusión -coordinación interna- (EN)




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

December 2017/May 2018

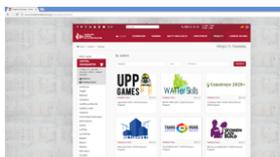
Dissemination Template for Reports of the Upp Games project

Each partner must complete the following Dissemination Template of the Upp Games project, which must be submitted together with the project's Financial internal justification, in the following months: May 31st 2018, September 30th 2018, March 31st 2019 and September 30th 2019.

In this way, the partners will inform about the actions and activities of communication and dissemination that they are carrying out during the development of the project, specifically about de followings aspects:

1. Presence in corporate websites of partners
Each partner must indicate the permanent presence of information of the project in its corporate web with screenshot of its web and the corresponding link (in as all cases as you have published), as the example that we accompany.

Name of the partner



Link: <http://www.fundacionlaboral.org/en/projects/training>




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

December 2017/May 2018

2. Dissemination in Media
In the next table, each partner must indicate the presence of information of the project in local, regional and national Media, as in its corporate newsletters.

If it is the corporate newsletter, please indicate the newsletter number, number of subscribers and opening index, if possible.

We accompany an example.

Partner	Media	Media name	Media type	Date	Link
Fundación Laboral de la Construcción	Corporate newsletter	Newsletter nº 10	Corporate newsletter	15/05/2018	http://www.fundacionlaboral.org/en/newsletter/10
	Regional Media	El Periódico de Aragón	Regional newspaper	15/05/2018	http://www.elperiodico.com.ar/noticia/educacion/la-union-europea-impulsa-el-entrenamiento-en-serious-games-20180515

3. Dissemination in Social Networks
In the next table, each partner must indicate the dissemination of information of the project in its corporate Social Networks (Twitter, Facebook or LinkedIn) with screenshot of its inputs – and those of its representatives–, as the example that we accompany.

You can follow us on Twitter: [@UppGamesEU](https://twitter.com/UppGamesEU) and use our hashtag #UppGamesEU. And soon, on Facebook and LinkedIn.












Upp Games. Basic Health and safety skills on Works at Height through Serious Games. Erasmus+ Key Action 2. Identification of the project: 2017-1-ES01-KA202-038262








Upp Games. Basic Health and safety skills on Works at Height through Serious Games. Erasmus+ Key Action 2. Identification of the project: 2017-1-ES01-KA202-038262

Plantilla para la declaración de cooperación con los NAG (Grupos Nacionales de Asesoramiento) -coordinación interna- (EN)

  <p>Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union</p> <p style="text-align: center;">DECLARATION OF COOPERATION AND SUPPORT TO</p> <p>The organization, _____ [full name of organization in national language] and in its name project NAG representative _____ [full name of person/representative in project] is familiar with the purposes and goals of the Upp_games project. Hereby we confirm active project support and commit ourselves as a project strategic partner. With this declaration and statement of support, we voluntarily join the National Advisory Group (NAG):</p> <p>"Upp_Games: Basic Health and Safety skills on Works at Height through Serious Games" (Key Action 2 - Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices) Project number: 2017-1-ES01-KA202-038262</p> <p>NAG Commitment to project activities: testing of app and feedback given on the Guide for trainers, endorsement of recognition of the learning outcomes (in the ECVET framework) Project Upp_Games consortium offer statement for NAG member: expert collaboration in a European project, national and international visibility of project (via project consortium media and communication channels), project consortium contacts and network, free access to the project final product, possible development of field work, benchmarking.</p> <p>NAG Representative of the strategic partner (member of NAG):</p> <p>Full name and position: _____</p> <p>E-mail: _____</p> <p>Signature: _____</p> <p>Date, place and country: _____</p>	  <p>Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union</p> <p><small>¹ For the purposes provided in the current Data Protection Law (Spanish acronym: RGPD), you are informed of the following basic information about data protection regulation and processing:</small></p> <p>Responsible of the data collection: NAME OF YOUR ORGANIZATION, which will assign these data to FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Responsible of the data processing: FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Objective of the data processing: Justify the participation as a member of the NAG group in Upp_games project, a European project led by FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Legitimation of the data processing: Consent of the interested party. Receiver of the data processing: Their data shall not be given in to third parties, unless legal obligation or the company financing the project has to be informed, in order to show its participation in it. Rights of the interested parties: He or she may exercise his or her rights of access, correction, elimination, objection and limitation of the processing of data, just as it is described in additional information (información adicional), in the following link: http://www.fundacionlaboral.org/clave/privacidad-proteccion-datos.</p> <p><small>According to the Spanish Law 34/2002 (Spanish acronym LSSICE), you may revoke by e-mail and at any moment the consent given for the reception of notices, objecting the regulation of your data, as it is indicated in: http://www.fundacionlaboral.org/clave/privacidad-proteccion-datos.</small></p>
--	---

Plantilla para la declaración de cooperación con los TAG (Grupos Técnicos de Asesoramiento) -coordinación interna- (EN)

  <p>Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union</p> <p style="text-align: center;">DECLARATION OF COOPERATION</p> <p>Mr or Miss _____ [full name of person participating in project] is familiar with the purposes and goals of Upp_games project. Hereby she/he confirms her / his active participation in project Upp_games as member of Project Technical Advisory Group (TAG):</p> <p>"Upp Games - Basic Health and Safety skills on Works at Height through Serious Games" (Co-financed project by the European Union Erasmus+ Program, Key Action 2 - Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices)</p> <p>Project number: 2017-1-ES01-KA202-038262</p> <p>TAG activities in the project: to support the development of the survey protocol; to take action in the development of the scenarios that will form different games; and to participate in the technical and pedagogical assessment of the App</p> <p>I declare to collaborate in Upp_games project as member of the TAGs group:</p> <p>Full name: _____</p> <p>E-mail: _____</p> <p>Signature: _____</p> <p>Date, place and country: _____</p>	  <p>Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union</p> <p><small>¹ For the purposes provided in the current Data Protection Law (Spanish acronym: RGPD), you are informed of the following basic information about data protection regulation and processing:</small></p> <p>Responsible of the data collection: NAME OF YOUR ORGANIZATION, which will assign these data to FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Responsible of the data processing: FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Objective of the data processing: Justify the participation as a member of the NAG group in Upp_games project, a European project led by FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN. Legitimation of the data processing: Consent of the interested party. Receiver of the data processing: Their data shall not be given in to third parties, unless legal obligation or the company financing the event has to be informed, in order to show its participation in it. Rights of the interested parties: He or she may exercise his or her rights of access, correction, elimination, objection and limitation of the processing of data, just as it is described in additional information (información adicional), in the following link: http://www.fundacionlaboral.org/clave/privacidad-proteccion-datos.</p> <p><small>According to the Spanish Law 34/2002 (Spanish acronym LSSICE), you may revoke by e-mail and at any moment the consent given for the reception of notices, objecting the regulation of your data, as it is indicated in: http://www.fundacionlaboral.org/clave/privacidad-proteccion-datos.</small></p>
--	---

2.4.3. Websites: *microsite* de Upp Games y webs de los socios

La difusión del proyecto vía *on line* se lleva a cabo a través de la propia web/*microsite* del proyecto, así como de las distintas webs corporativas de los socios.

✓ Web/*microsite* de Upp Games

La creación y desarrollo del *microsite* del proyecto ha estado a cargo del líder –Fundación Laboral de la Construcción–, disponible tanto en inglés como en castellano y vinculado a las redes sociales del proyecto, con el siguiente dominio: <http://microsites.fundacionlaboral.org/upp-games>

El *microsite* ofrece un espacio para la difusión de los contenidos, resultados y acciones llevadas a cabo a lo largo de los dos años de vida del proyecto, que se irán enriqueciendo a través de las correspondientes secciones de la página:

1. **Home:** bienvenida al proyecto, que contiene la identificación del proyecto y su pertenencia al programa Erasmus+ de la Unión Europea, así como la información legal preceptiva.
2. **El Proyecto:** información básica sobre la iniciativa.
3. **Socios:** información y descripción de los siete socios del proyectos.
4. **Fases:** resumen de las fases del proyecto y de los resultados o productos didácticos asociados a las diferentes etapas.
5. **Noticias:** información actualizada de las actividades y reuniones del partenariado, además de servir como apartado para la transmisión de los diferentes resultados alcanzados por el proyecto.
6. **Expertos:** información sobre los *stakeholders* que participan en la validación de conocimientos y resultados de Upp Games.
7. **Resultados:** sección para publicar material y documentación relativa a Upp Games, y facilitar así las descargas y la difusión pública de los resultados que se vayan obteniendo, a fin de asegurar la transparencia y los datos en abierto.
8. **Contacto.**

Tras finalizar el diseño y el desarrollo de todas las secciones y contenidos del *microsite*, la plataforma ha sido remitida al partenariado para su evaluación/aprobación y posterior lanzamiento.

✓ Website corporativas

Todos los socios del partenariado se comprometen a dedicar una sección permanente al proyecto Upp Games, con los datos fundamentales del proyecto (nombre, programa y acción a la que pertenece, identificación del proyecto, duración, presupuesto, socios, web/*microsite*), así como una breve descripción del contenido del mismo y de sus objetivos, junto con el logotipo oficial del proyecto, del SEPIE y del programa Erasmus+, con la correspondiente leyenda legal coercitiva por parte de 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.



De la misma forma que, los socios se comprometen a difundir en la medida de lo posible, a través de sus canales corporativos, información sobre el proyectos y sus resultados o avances.

2.4.4. Newsletters

Las directrices de Upp Games 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.

La Fundación Laboral de la Construcción facilitará a los socios contenidos que se puedan comunicar a través de dichos boletines. Por su parte, difundirá los contenidos mediante el Boletín Digital semanal corporativo, en la medida en que lo permita la política de comunicación interna. Así como a través de la newsletter trimestral de Proyectos Internacionales "Construyendo Europa", en versión española e inglesa, que la entidad paritaria puso en marcha el 26 de octubre de 2018. Ambos tienen un alcance de más de 24.000 suscriptores de la industria de la construcción.



Construyendo Europa



Building Europe



La Fundación Laboral de la Construcción trabaja actualmente en 18 proyectos europeos, de cinco programas, junto a más de 75 organizaciones procedentes de 21 países

La entidad paritaria comienza cinco nuevas iniciativas relacionadas con la formación y la Seguridad y Salud, realidad aumentada, chips inteligentes y aplicaciones móviles, junto al marco estratégico (blueprint) de cualificaciones europeo para la industria de la construcción en la Unión Europea (EU).

Fundación Laboral de la Construcción is currently working on 18 European projects in five programmes, together with more than 75 organisations from 21 countries

The Foundation starts five new initiatives related to training and Health and Safety, Augmented Reality, smart chips and mobile applications, together with the Skills Blueprint of qualifications for the construction industry in the European Union (EU).

NOTICIAS



Nueva newsletter trimestral 'Construyendo Europa'

La Fundación Laboral pone en marcha 'Construyendo Europa', una nueva newsletter trimestral, con toda la información de los proyectos europeos en los que participa la entidad paritaria.



I Jornada de Innovación en Formación de la Industria de la Construcción

Siete proyectos europeos para el aprendizaje de los profesionales presentaron sus resultados en la I Jornada de Innovación en Formación de la Industria de la Construcción.



Construye 2020+ aplica el modelo de la hélice quintuple

Cada uno de los socios españoles de este proyecto Horizon 2020 organiza una de las cinco hélices de la iniciativa: Política, Social, Medioambiental, Económica y Educativa.

NEWS



New quarterly newsletter 'Building Europe'

Fundación Laboral de la Construcción launches 'Building Europe', a new quarterly newsletter, with all the information on European projects in which the Foundation participates.



I Conference on Innovation in Construction Industry Training

Seven European projects for the learning of professionals presented their results in the I Conference on Innovation in Training of the Construction Industry.



Construye 2020+ applies the Quintuple Helix model

Each of the Spanish partners in this Horizon 2020 project organises one of the five helices of the initiative: Political, Social, Environmental, Economic and Educational.



Disponibles los vídeos de la Jornada de difusión final del proyecto Lean.Co



Net-Ubiep llega a la Administración regional española, con los avances de este Horizon 2020



Tres MOOC sobre eficiencia energética e instrumentos financieros de Rehabilitación



Available the videos of the Final Dissemination Day of the project Lean.Co



Net-Ubiep reaches the Spanish Regional Administration, with the advances of this Horizon 2020



Three MOOCs on Energy Efficiency and Financial Instruments of Rehabilitation

Ejemplo de la newsletter de Proyectos Internacionales de la Fundación Laboral de la Construcción. Link de consulta:

http://www.fundacionlaboral.org/mailling/001_construyendoeuropa_octubre-diciembre2018/001_ConstruyendoEuropa_octubre-diciembre-2018.html

https://www.fundacionlaboral.org/mailling/001_buildingeurope_octoberdecember2018/001_BuildingEurope_october-december-2018.html



BOLETÍN DIGITAL
DE LA FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN

www.fundacionlaboral.org / Núm 612, 14 de febrero de 2019



FUNDACIÓN

El Gobierno de Islas Baleares y la Fundación Laboral firman un acuerdo para poner en marcha un plan para luchar contra la siniestralidad



Se prevé asesorar a 650 empresas y realizar 424 visitas técnicas a obras de construcción en las Islas Baleares, con el objetivo de promocionar e impulsar buenas prácticas en materia de prevención de riesgos laborales en el sector



La Fundación Laboral de la Construcción y el Gobierno de Aragón consiguen la inserción laboral de 63 desempleados, dentro del Programa PIMEI



La Fundación Laboral impulsa la incorporación de la mujer al sector, en colaboración con los ayuntamientos de Humanes de Madrid y Pinto

Ejemplo del Boletín Digital de la Fundación Laboral de la Construcción. Los Boletines Digitales de la Fundación se pueden consultar en: <http://www.fundacionlaboral.org/actualidad/boletin-digital>

2.4.5. Redes Sociales

La Fundación Laboral de la Construcción ha optado por la difusión del proyecto a través de Twitter, LinkedIn y Facebook, como vías óptimas para el eco de las informaciones 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 y datos relacionados con la innovación en formación y la prevención de riesgos laborales, y más concretamente de los trabajos en altura, en el sector de la construcción, con prioridad en la Unión Europea y en el resto del mundo.

Los contenidos a difundir a través de las redes sociales se harán tanto en inglés y como en los idiomas de los socios, y se centrarán en:

- Información sobre el proyecto.
- Información sobre actividades organizadas por los socios del consorcio, en relación al tema del proyecto.
- Información sobre técnicas innovadoras de formación, herramientas digitales para la formación y la prevención de riesgos laborales, haciendo hincapié en la prevención en los trabajos en altura del sector de la construcción, etc.
- Contenidos de las distintas secciones del microsite de Upp Games.

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

- Un ritmo mínimo de un tuit diario y tres post semanales en Facebook. Para LinkedIn, y basándonos en las características y finalidad de la red, evaluamos la necesidad de difundir únicamente contenido del proyecto.
- Las publicaciones incluirán, en la medida de lo posible, enlaces al *microsite* para generar tráfico hacia los contenidos del proyecto, a los documentos y materiales compartidos en la web y a las noticias publicadas en la plataforma.
- Igualmente, se incorporarán imágenes y vídeos 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 compartirán contenidos de actividades relacionadas, realizadas por otros socios o terceras partes afines al proyecto, así como informaciones sobre los temas centrales de Upp Games.

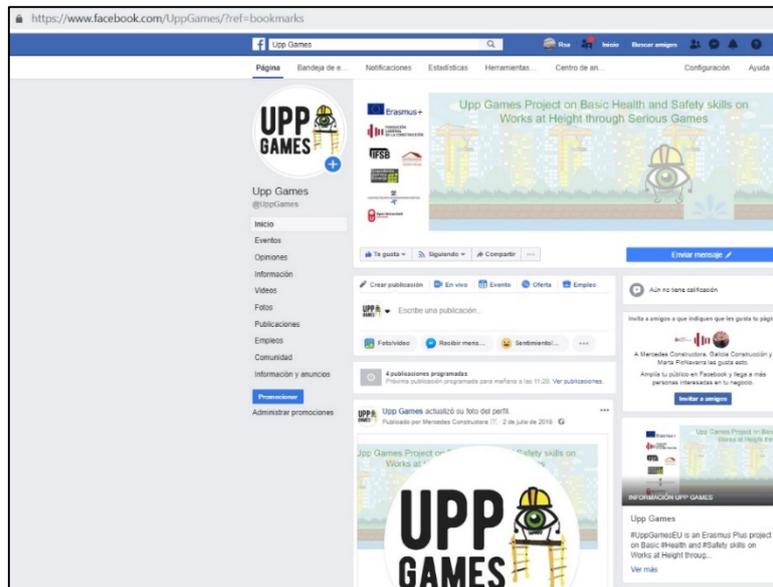
Los perfiles a seguir a través de las redes sociales estarán relacionados con:

- Socios (sus instituciones y profesionales).
- Agencias y autoridades europeas.
- Otros proyectos afines.
- Docentes, centros de Formación Profesional, universidades, etc.
- Líderes de opinión en materia de formación y nuevas tecnologías o herramientas digitales innovadoras.
- 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:

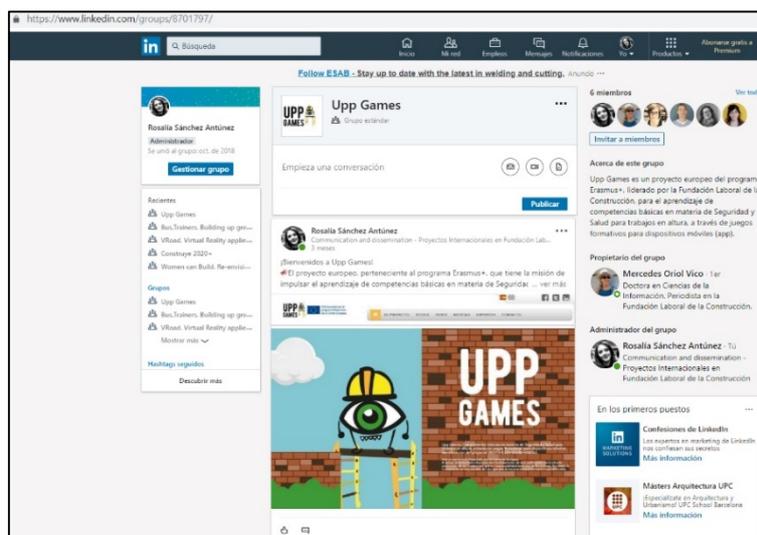
✓ FACEBOOK

En cumplimiento con las normas de Facebook, por las que no se permite abrir perfil directo de un proyecto, se ha optado por la creación de una página, accesible a través de: <https://www.facebook.com/UppGames/>



✓ LINKEDIN

De acuerdo a las normas de LinkedIn, por las que no se permite abrir perfil directo de un proyecto, se ha optado por la creación de un grupo de debate para que los socios del consorcio y otras partes interesadas puedan participar con sus aportaciones y conocimientos sobre el tema objeto del proyecto. El perfil de la red social es accesible a través del siguiente link: <https://www.linkedin.com/groups/8701797/>



En la siguiente tabla se ha resumido la presencia en internet de los socios del proyecto Upp Games, con las webs corporativas y los perfiles correspondientes en las tres redes sociales en las que tiene presencia el proyecto.

Perfiles y presencia en Internet de interés del proyecto Upp Games		
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/fundaci-n-laboral-de-la-construcci-n
Westdeutscher Handwerkskammertag	Web	https://www.whkt.de/startseite/
	Twitter	
	Facebook	@Westdeutscher Handwerkskammertag
	LinkedIn	
Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia	Web	https://constructionindustry.gzs.si/
	Twitter	@GZSnovice
	Facebook	@GZSsi
	LinkedIn	Chamber of Commerce and Industry of Slovenia
Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme	Web	http://www.centrelhw.ifapme.be/
	Twitter	@ifapme
	Facebook	@centreifapmelhw
	LinkedIn	Centre IFAPME Liège – Huy – Waremme ASBL
Centro Edile Andrea Palladio	Web	https://centroedilepalladio.it/
	Twitter	
	Facebook	@centro.edile.andrea.palladio
	LinkedIn	
Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment	Web	https://www.ifsb.lu/
	Twitter	
	Facebook	@IFSBformations
	LinkedIn	IFSB-Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment
Open Universiteit Nederland	Web	https://www.ou.nl/
	Twitter	@OU_Nederland
	Facebook	@openuniversiteit
	LinkedIn	Open Universiteit

2.4.6. Reuniones y eventos

En las reuniones previstas y eventos de difusión de los resultados del proyecto, el beneficiario principal y los beneficiarios organizadores deben intentar asegurar la presencia de la cartelería del proyecto y demás elementos gráficos, así como 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 los datos en el informe final de Difusión del proyecto Upp Games.

2.4.7. Redes internacionales y congresos

En la visualización internacional de Upp Games juega un papel destacado la participación del proyecto en redes internacionales, congresos y premios, 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, tanto en sus respectivas webs como en sus eventos, destacando las siguientes redes:

- Europeas:
 - Reforme, the Network for the Vocational Education and Training in the construction sector in Europe: <http://www.reforme.org/>
 - Conference on Project Development (CPD): <https://sites.google.com/site/conferenceonprojectdevelopment/>
 - Ferias internacionales:
 - Job Orienta exhibition: <https://www.joborienta.info/en/exhibit/>
 - Energydays exhibition: <https://www.districtenergydays.org/>
- Nacionales:
 - *Infodays* de otros proyectos europeos.
 - Refernet: <http://www.refernet.es>

3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

La colaboración de todas las partes implicadas y grupos de interés en el proyecto Upp Games es fundamental para la consecución de los objetivos del mismo. Es una garantía, además, de la transparencia y la 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 Upp Games.

La efectividad de las acciones de comunicación tiene su base en el punto confluyente entre los objetivos específicos de comunicación y los indicadores seleccionados, los cuales están orientados a los diferentes públicos a los 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 Upp Games 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 *leitmotiv* y marca de Upp Games, así como la difusión del contenido, resultados o 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 Upp Games 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, 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 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.
- 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.
 - Creación y actualización de perfiles en redes sociales.
 - Diseño de la cartelería con información del proyecto, que estará presente en las instituciones de los socios del consorcio, así como en todos los eventos que se desarrollen a lo largo del proyecto: reuniones, foros, visitas...
 - Elaboración y gestión de materiales para difusión: notas de prensa, textos e imágenes, etc.
- 2) Desarrollo del *microsite* de Upp Games, que servirá 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 evaluaciones periódicas, del informe intermedio y del 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. Formadores y aprendices de Educación y Formación Profesional (EFP), instituciones de EFP y centros de formación del sector de la construcción, así como los responsables de los programas de formación.

OBJETIVOS:

- Crear un vínculo permanente con los actores sectoriales, educativos, empresariales, 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, educativos, 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, *microsite* de Upp Games, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
- 2) Presentación y difusión del proyecto y de sus productos didácticos: Guía práctica con los resultados de aprendizaje en materia de PRL; App con juegos serios en materia de Seguridad y Salud de trabajos en altura; Guía para formadores para mejorar el uso y

explotación de la App; Informe de validación de las herramientas pedagógicas del proyecto; y el desarrollo de un nuevo sistema de acreditación y reconocimiento de la formación propuesta.

Grupo 3. Profesionales del sector de la construcción, entre los que se engloban a: personas migrantes, trabajadores poco cualificados y trabajadores jóvenes, etc.

OBJETIVOS:

- Crear un vínculo permanente con los actores sectoriales, educativos, empresariales, 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, educativos, 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, *microsite* de Upp Games, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
- 2) Presentación y difusión del proyecto y de sus productos didácticos: Guía práctica con los resultados de aprendizaje en materia de PRL; App con juegos serios en materia de Seguridad y Salud de trabajos en altura; Guía para formadores para mejorar el uso y explotación de la App; Informe de validación de las herramientas pedagógicas del proyecto; y el desarrollo de un nuevo sistema de acreditación y reconocimiento de la formación propuesta.

Grupo 4. Stakeholders; Administración Pública –local, regional, nacional, europea–y entidades públicas de otros países miembros de la Unión Europea; empresas, clústeres y asociaciones empresariales clave del sector de la construcción europea; organizaciones sectoriales de referencia en EFP en los países del consorcio; medios de comunicación; y otros grupos de interés o la sociedad en general (destinatarios indirectos externos).

OBJETIVOS:

- Asegurar que los contenidos, resultados y producto final, y el *know-how* del consorcio de Upp Games lleguen 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, *microsite* de Upp Games, redes sociales, artículos y publicaciones, foros, newsletters, cartelería, jornadas y talleres...
- 2) Presentación y difusión del proyecto y de sus productos didácticos: Guía práctica con los resultados de aprendizaje en materia de PRL; App con juegos serios en materia de Seguridad y Salud de trabajos en altura; Guía para formadores para mejorar el uso y explotación de la App; Informe de validación de las herramientas pedagógicas del proyecto; y el desarrollo de un nuevo sistema de acreditación y reconocimiento de la formación propuesta.

Acciones de comunicación de Upp Games				
Ref.	Acciones	Indicadores y evidencias	Fecha	Objetivos
CI T1 T1.1	-Desarrollo e implementación del Plan de Comunicación y Explotación.	-Plan de Comunicación y Explotación.	Marzo 2018 Enero 2019	Asegurar la identificación, visibilidad y posicionamiento del leitmotiv y marca de Upp Games, 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. -Utilización de las plantillas. -Gestión de los logos.	-Logotipo. -Imagen gráfica. -Creación de documentos tipo. -Manual de uso de logotipos.	Diciembre 2017	
CE T2 T2.1	Creación de la estructura y diseño del microsite del proyecto. -Actualización del microsite. -Difusión de los contenidos a través de las redes sociales.	-Plataforma web. -Comunicación del lanzamiento por redes sociales.	Diciembre 2017 Dic 2017/ Dic 2019	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.
CE T2.2	-Difusión del proyecto de forma permanente en las websites corporativas de los socios	-Url de la presencia del proyecto.	Diciembre 2017	
CE T3 T3.1	-Creación de los perfiles en redes sociales: Twitter, LinkedIn y Facebook.	-Creación de perfiles -Puesta en marcha. -Creación del hashtag. -Número de seguidores. -Actualización.	Diciembre 2017 Febrero 2018 Dic 2017/ Dic 2019	
CE T3.2	-Difusión del proyecto a través de las redes sociales corporativas de los socios	-Entradas y menciones con difusión del proyecto.	Dic 2017/ Dic 2019	
CE T4	-Creación de la campaña de publicidad: carteles, folletos, etc. -Diseño de los materiales. - Difusión del proyecto en las organizaciones de los socios, eventos, etc.	-Carteles -Roll up. -Número de impresiones y entregas.	Dic 2017/ Dic 2019	
CE T5	-Difusión del proyecto y de sus contenidos a	-Publicación y envío. -Número de suscriptores.	Dic 2017/ Dic 2019	



	través de las Newsletters de los socios	-Índices de apertura. -Url de los boletines.		
CE T6	-Relación con medios locales, regionales y nacionales. -Difusión a través de Notas de Prensa (NP), artículos, imágenes y otros materiales.	-Número de referencias y apariciones en los medios. -Url de las noticias, título, fecha, medio. -Número de medios. -Número de NP.	Dic 2017/ Dic 2019	
CI T7	-Evaluación de los objetivos de comunicación, impacto, transferencia y explotación.	-Informe anual de comunicación. -Informe final de Difusión.	Dic 2017/Oct 2018 Dic 2017/ Dic 2019	Asegurar la garantía, la transparencia y el éxito del Plan de Comunicación y la Estrategia de Difusión.
CI/CE T8	-Reuniones del Comité Directivo del consorcio. -Reuniones de seguimiento periódicas. -Focus Groups. -Organización, convocatoria y Agenda. -Preparación de los elementos de difusión. -Creación de hojas de formas y cesión de imagen. -Elaboración de noticias tanto para el <i>microsite</i> del proyecto como, en la medida de lo posible, para las web de los socios.	-Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en el <i>microsite</i> del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Dic 2017/ Dic 2019 19 y 20 de febrero 2018 12 de abril 2018 (FG) 19 de abril 2018 (FG) 9 de mayo 2018 (FG) 18 de mayo 2018 (FG) 22 de mayo 2018 (FG) 8 de junio 2018 (FG) 13 y 14 de junio 2018 13 y 14 de diciembre 2018 Mayo/Junio de 2019 Diciembre de 2019	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 Upp Games lleguen 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 T9	-Eventos de difusión organizados en los países del consorcio. -Evento de difusión final en Alemania (organizado por WHKT). -Organización, convocatoria y Agenda. -Preparación de los elementos de difusión. -Creación de hojas de formas y cesión de imagen.	-6 eventos de difusión o eventos multiplicadores. -Un evento de difusión final. -Más de 205 asistentes. -Número y descripción de asistentes. -Fotografías. -Información en el <i>microsite</i> del proyecto. -Evidencias de la difusión.	Sep 2018/ Dic 2019	

	- Elaboración de noticias tanto para el <i>microsite</i> del proyecto como, en la medida de lo posible, para las web de los socios.			
CE T10	Presentación de los resultados en redes internacionales y congresos	-Presentaciones. -Número y descripción de los asistentes. -Fotografías. -Información en el <i>microsite</i> del proyecto. -Evidencias de difusión. -Hojas de firmas.	Dic 2017/ Dic 2019	Asegurar que los contenidos, resultados y productos, y el know-how del consorcio de Upp Games lleguen 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.



4. CRONOGRAMA

Las actividades de Comunicación y Difusión del proyecto Upp Games 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 Upp Games (24 meses)																									
Proyecto para el desarrollo de competencias básicas en Seguridad y Salud en trabajos en altura adquiridas a través de juegos serios																									
Actividades de Comunicación	2017	2018												2019											
	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Plan de Comunicación																									
Creación de imagen y manual de identidad																									
Microsite del proyecto																									
Website corporativas de los socios																									
Redes sociales del proyecto																									
Actualización de las redes sociales del proyecto																									
Redes sociales de los socios																									
Campaña de publicidad																									
Newsletter de los socios																									
Difusión en prensa y NP																									
Informes de Difusión																									
Reuniones																									
Eventos de difusión																									
Evento de difusión final																									
Redes internacionales																									



5. CONTROL Y SEGUIMIENTO: EVALUACIÓN PERIÓDICA

Para medir los resultados de las acciones de comunicación de Upp Games y evaluar las medidas previstas en el presente Plan de Comunicación, se realizarán evaluaciones periódicas –de carácter interno–, así como un informe intermedio que recogerá las actividades de comunicación y difusión realizadas entre diciembre de 2017 a octubre de 2018, los cuales quedarán recogidos en el informe de Difusión Final –hasta diciembre de 2019–.

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 (apartado 2.1.) y su Estrategia de Difusión (apartado 2) 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 Upp Games, se han preparado unas plantillas para la recolección de los datos de comunicación y difusión (apartado 2.4.2.) para que cada miembro del consorcio las complete con las diferentes actividades realizadas bajo su competencia. El coordinador de Comunicación del proyecto recopilará la información local y elaborará el informe y análisis periódico, así como el final.

Los socios informarán a través del citado documento tipo sobre las acciones y actividades de comunicación y difusión que hayan realizado durante el período 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 el número del boletín, el número de suscriptores y el índice de apertura.
- Difusión en redes sociales, indicando presencia de Upp Games en las 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 el número de medios a los que los envió, enlace a la web corporativa –en caso de que se suba al sitio web–, NP, así como las fotografías incluidas en el comunicado de prensa.
- Difusión del proyecto en eventos, indicando todos los foros en los que Upp Games fue presentado o difundido, especificando nombre del evento, fecha, número de asistentes, fotografías y una breve descripción de su naturaleza (profesionales, instituciones locales, etc.).



6. 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 Upp Games se presentará en el informe de Difusión final –diciembre de 2019–. 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 Upp Games 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 Upp Games.

7. 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 Upp Games 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 Upp Games, garantiza que la página web estará alojada en su servidor hasta 2022.
- Los siete socios del consorcio se implicarán en la identificación de público potencialmente interesado en la explotación de los resultados.
- Los siete socios del consorcio se responsabilizarán de asegurar la continuidad de la difusión de los resultados de Upp Games y su transferencia al público potencialmente interesado, a partir de 2019.

Hacia el final del proyecto, el coordinador de Upp Games planteará un Plan de Sostenibilidad que permita desarrollar la actividad de la Plataforma web 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 Upp Games.

ANEXOS

GUÍA DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA DEL PROYECTO Upp Games

INSTRUCCIONES PARA LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN

1. Uso del logo oficial de la Unión Europea

Usted tiene el logo principal en Google Drive:



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

2. 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

3. Use el logo del proyecto

Puede encontrar la imagen del proyecto en Google Drive:



4. Use los logos de los socios



Todos los logotipos de los socios están disponibles para su uso en Google Drive. Si algún socio detecta que hay algún error o que falta algo, debe informar al líder del proyecto (Fundación Laboral de la Construcción) para que corrija el logotipo correcto.

5. Referencias (cuando fuesen necesarias)

Program:

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),
Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (Luxemburgo).
Open Universiteit Nederland (Países Bajos).
Westdeutscher Handwerkskammertag (Alemania).
Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme (Francia).
Centro Edile Andrea Palladio (Italia).
Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia (Eslovenia).

6. 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 realice o participe en un evento (como una conferencia, reuniones internacionales o cualquier otro foro), puede aprovechar la oportunidad para difundir el proyecto Upp Games. Es muy importante recoger pruebas para justificación frente a la Agencia Nacional (Sepie), tales como firmas de los asistentes, fotos, vídeos, etc.

En Google Drive está disponible la plantilla para las Hojas de Firmas que se utilizarán en los Eventos de Difusión. Debe modificarla cuando le resulte conveniente (fecha, lugar, nombre del evento o *infoday*, etc.).

7. 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:	#UppGamesEU
	#juegosserios
	#seriousgames
	#innovación
	#formación
	#prevención
	#riesgoslaborales
#PRL	

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 Facebook, añada su nombre de usuario precedido por el @. De esta manera, los usuarios/instituciones involucrados recibirán una notificación de los mensajes que envíe relacionados con el proyecto Upp Games y podrán interactuar (responder, retweet, likes...) si así lo desean.

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

Para mencionar el perfil de Twitter del Proyecto	Twitter:	@UppGamesEU
	Facebook:	@UppGames
Para mencionar a ERASMUS+:	Twitter:	@EUErasmusPlus
	Facebook:	@EUErasmusPlusProgramme
Para mencionar a la Agencia Nacional Española:	Twitter:	@sepiegob
	Facebook:	@ErasmusPlusSEPIE
Fundación Laboral de la Construcción	Twitter:	@Fund_Laboral
	Facebook:	@FundacionLaboralConstruccion
Westdeutscher Handwerkskammertag	Facebook:	@Westdeutscher Handwerkskammertag
Chamber of Construction and Building Materials Industry of Slovenia	Twitter:	@GZSnovice
	Facebook:	@GZSsi
Centre IFAPME Liège-Huy-Waremme	Twitter:	@ifapme

Facebook: @centreifapmelhw

Centro Edile Andrea Palladio

Facebook: @centro.edile.andrea.palladio

Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment

Facebook: @IFSBformations

Open Universiteit Nederland

Twitter: @OU_Nederland

Facebook: @openuniversiteit

En la medida de lo posible, recomendamos que los técnicos o demás participantes del proyecto y sus equipos interactúen con las redes sociales del proyecto compartiendo contenido o generando *feedback*, siempre que sea posible y lo consideren oportuno.

8. Informar a la Fundación sobre las acciones de difusión realizadas:

Para ello, usted debe utilizar la plantilla proporcionada por la Fundación Laboral de la Construcción, disponible en Google Drive.

También debe comunicar al equipo de la Fundación Laboral de la Construcción, y enviar vía email, cualquier acción de difusión del proyecto, ya sean fotos, hojas de firmas, folletos, etc.

Leader:



FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN
Spain

Partners:



INSTITUT DE FORMATION SECTORIEL DU BÂTIMENT
Luxembourg



OPEN UNIVERSITEIT NEDERLAND
Netherlands



WESTDEUTSCHER HANDWERKSKAMMERTAG
Germany



CENTRE IFAPME LIÈGE-HUY-WAREMME
Belgium



CENTRO EDILE ANDREA PALLADIO
Italy



**CHAMBER OF CONSTRUCTION AND BUILDING
MATERIALS INDUSTRY OF SLOVENIA**
Slovenia

