

# Comunicación en propuestas H2020

## Una experiencia UPM

Madrid, 27 Octubre 2016

Cecilia Vera Muñoz  
Life Supporting Technologies  
Universidad Politécnica de Madrid  
cvera@lst.tfo.upm.es



# Introducción

---

Comunicación ≠ Disseminación

Se centra en comunicar lo que estamos haciendo en el proyecto -> **hacer publicidad**

En línea con el **nuevo enfoque** de H2020 con énfasis en impacto e innovación

# Aspectos clave

---

Contexto

Personalización

Credibilidad

# ¿Cómo abordar la comunicación en las propuestas?

---

## 1. ¿Cuáles son nuestros objetivos?

- ¿Qué queremos conseguir con nuestro plan de comunicación?  
Conseguir feedback, influenciar a determinados agentes, fomentar la toma de determinadas decisiones, establecer colaboraciones, preparar el mercado para la puesta en producción del resultado del proyecto, etc.
- Deben de estar alineados con los objetivos del proyecto.

### Ejemplo:

Dar visibilidad al proyecto dentro de un grupo específico de usuarios (usuarios con discapacidad visual).

# ¿Cómo abordar la comunicación en las propuestas?

---

## 2. Identificar audiencia

¿A quién le interesa o puede interesar nuestro proyecto? ¿A quién nos interesa informar?

- Usuarios: ciudadanos, personas con necesidades especiales, personas con alguna condición particular, etc.
- Comunidad científica
- Empresas
- Administración pública
- ....

### Ejemplo:

- Contactos a través de nuestros socios, asociaciones, etc.
- Considerar representante de usuarios en algunos casos

# ¿Cómo abordar la comunicación en las propuestas?

---

## 3. Definir el mensaje y canal de comunicación

### Mensaje

- Normalmente es distinto para cada tipo de audiencia.
- Importante: personalización, tanto en contenido como en la forma.

### Definir el canal de comunicación

- Utilizar nuevas formas de comunicación (redes sociales, blogs, etc.) o más tradicionales (videos, posters, folletos, eventos, conferencias, etc.) según los objetivos definidos.

### Ejemplo:

Incluir contenidos y canales de comunicación accesibles para nuestros usuarios objetivo. Seleccionar eventos de interés.

# ¿Cómo abordar la comunicación en las propuestas?

---

## 4. Estrategia y plan de comunicación

- El plan de comunicación debe agregar todos los elementos anteriores (objetivos, audiencia, mensaje, recursos, medios y canales a utilizar, mensajes, actividades, contenidos, imagen del proyecto, eventos, etc.)
- Alineado con los objetivos y plazos del proyecto.
- Detallado y particularizado para el proyecto y para cada audiencia identificada.
- Definir imagen e identidad del proyecto.

### Ejemplo:

1. Definición de la estrategia; 2. Objetivos; 3. Audiencia; 4. Mensaje; 5. Canal de comunicación; 6. Actividades; 7. Calendario; 8. Recursos y presupuesto.

# Algunas recomendaciones

---

- ✓ Preparar (o contrastar) el plan de comunicación con **expertos**
- ✓ **Personalización y detalle:** evitar generalizaciones
- ✓ El plan de comunicación debe de ser **creíble y factible**
- ✓ Incluir una buena **estrategia de gestión** como parte de nuestro plan
- ✓ Establecer mecanismos para **medir el impacto** de nuestras acciones de comunicación durante el proyecto
- ✓ **Actualizaciones** periódicas a lo largo del proyecto



# Muchas gracias

Cecilia Vera Muñoz  
Universidad Politécnica de Madrid  
cvera@lst.tfo.upm.es

