



Interreg

España - Portugal



Fondo Europeo de Desarrollo Regional



LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

PLAN DE COMUNICACIÓN PROYECTO FIREPOCTEP

PLAN DE COMUNICACIÓN **PROYECTO FIREPOCTEP**



1. SUMARIO

1. SUMARIO.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	5
2.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	5
3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	6
4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	7
5. PRINCIPIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	8
5.1 TRANSPARENCIA.....	8
5.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA.....	8
5.3 TRABAJO EN RED.....	8
6. FINALIDAD Y OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	8
6.1 FINALIDAD.....	8
6.2 OBJETIVOS.....	9
7. DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROYECTO.....	9
7.1 COMUNICACIÓN INTERNA.....	9
7.2 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	9
8. PÚBLICO OBJETIVO.....	11
8.1 COMUNICACIÓN INTERNA.....	11
8.2 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	11
9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	13
10. TÉCNICAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN.....	13
11. DEFINICIÓN DE LOS MENSAJES DEL PROYECTO.....	14
12. HERRAMIENTAS Y CANALES DEL PROYECTO.....	16
12.1 HERRAMIENTAS PARA COMUNICACIÓN DIGITAL.....	16
12.1.1 PÁGINA WEB DEL PROYECTO.....	16

12.1.2	TWITTER.....	16
12.1.3	FACEBOOK.....	17
12.1.4	BOLETÍN DEL PROYECTO.....	17
12.1.5	ALERTAS DEL PROYECTO.....	17
12.2	OTRAS HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN EXTERNA.....	17
12.2.1	MEDIOS TRADICIONALES (RADIO, PRENSA Y TELEVISIÓN).....	17
12.2.2	REVISTAS ESPECIALIZADAS.....	18
12.2.3	ACTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y EVENTOS.....	18
12.3	CANALES PROPIOS DE LOS BENEFICIARIOS.....	19
12.4	PERSONAL DE FIREPOCTEP.....	19
13	ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	20
13.1	PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	20
14	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN.....	22
14.1	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN.....	22
14.1.1	INFORMES EXTRAÍDOS DE GOOGLE ANALYTICS.....	22
14.1.2	INFORMES EXTRAÍDOS DE GOOGLE ALERTS.....	22
14.1.3	INFORMES EXTRAÍDOS DE KRED.....	22
14.1.4	ENCUESTAS DE EVALUACIÓN EFECTUADAS DESDE RRSS.....	22
14.1.5	ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN EN EVENTOS, CURSOS, TALLERES Y ENCUNTROS.....	23
14.1.6	CLIPPING DE MEDIOS ESCRITOS, ONLINE Y SOCIAL.....	23
14.2	INDICADORES DE EVALUACIÓN.....	23
14.3	MEMORIA FINAL DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD.....	23
15	NORMAS PARA PROYECTOS COFINANCIADOS POR POCTEP 2014-2020.....	24



2. INTRODUCCIÓN

La comunicación es una herramienta fundamental para conseguir alinear a todos los integrantes de un proyecto con el logro de sus objetivos. Cuando se articula de una manera efectiva, la comunicación eficaz permite establecer un puente entre la información y las personas y se convierte así, en un Instrumento imprescindible para lograr la concienciación social necesaria para lograr los objetivos de nuestro proyecto.

Por esta razón, es necesario la realización de un Plan de Comunicación, que garantice desde el principio una planificación y una gestión eficaz de las acciones y herramientas de comunicación y difusión. Este se regirá bajo las directrices establecidas en los siguientes documentos de referencia:

- [REGLAMENTO \(UE\) N° 1303/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013](#)
- [Manual de identidad gráfica POCTEP 14/20](#)
- [Orientaciones y normas de información, comunicación y visibilidad \(ICV\) para proyectos cofinanciados por POCTEP 2014-2020](#)
- [Manual de identidad gráfica INTERREG](#)

2.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este documento se aplicará en todas y cada una de las acciones y actividades relacionadas con las tareas de difusión y comunicación del proyecto FIREPOCTEP, tanto externas como internas.



3. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

España y Portugal están entre los estados de la Unión Europea más vulnerables al cambio climático. En los últimos 30 años, ambos países han sido escenarios de incendios forestales cada vez más devastadores. Pero además, en el área transfronteriza entre ambos países (La Raya), los incendios forestales suponen uno de los principales problemas de emergencias ambientales con continuidad.

Ambos estados comparten condiciones climáticas estacionales y características demográficas específicas, que inciden directamente en la gestión que se debe realizar sobre el territorio, y en los medios humanos y materiales disponibles para la prevención y lucha contra los incendios forestales. Motivo por el cual, adquiere una mayor importancia la adecuación de esos medios y la implicación de la sociedad en el conocimiento de sus causas y en el comportamiento ante los incendios.

Es por ello que, con la experiencia acumulada en otros proyectos de cooperación transfronteriza previos, ambos países han decidido impulsar un incremento en su colaboración como respuesta a esta problemática. Con ese fin se presenta FIREPOCTEP. Su zona de actuación es La Raya, abarcando toda la frontera hispano-lusa, la más antigua y larga de la UE., lo que supone un escenario de gran importancia para captar aprendizajes que puedan ser trasladados a otras zonas de cooperación transfronterizas.

Cualquier acción contra incendios forestales lleva implícito un resultado de protección de la biodiversidad, de los bosques y montes, así como de otras estructuras ambientales que, en el caso de ambas regiones, forman parte de la Red Natura 2000. La formación, la innovación y la divulgación acogidas en este proyecto permitirán la reducción de materias primas, su reutilización y su aprovechamiento para contribuir así a la economía circular y el desarrollo sostenible.

Por otro lado, mejorar la calidad de vida de la población como efecto de la reducción del efecto de los incendios forestales contribuye a un entorno más saludable, fomentando un desarrollo económico y empresarial más concienciado con los beneficios de una actitud preventiva y acorde con el crecimiento del territorio, de su población y de los servicios que requiere.

Por todas estas razones, surge el proyecto FIREPOCTEP con los siguientes objetivos:

- Identificar las Zonas Estratégicas de Gestión (ZEG) para minimizar el riesgo e impacto de los GIF a través de la gestión agrosilvopastoral del paisaje en un escenario de cambio climático y global.
- Fomentar la inversión pública y privada a través de experiencias piloto englobadas en el marco de la Economía Verde Circular e investigación de nuevos nichos de mercado.
- Educar a la población rural fija y ocasional sobre el riesgo de GIF, las buenas prácticas preventivas y la autoprotección ; y capacitar y equipar al personal operativo transfronterizo . Colaboración transfronteriza.



PLAN DE COMUNICACIÓN PROYECTO FIREPOCTEP

Complementarios a esos objetivos principales e incluidos en ellos, cabe mencionar el establecimiento de unos objetivos secundarios que contemplan:

- Realizar un análisis del impacto del cambio climático y sus efectos en la Raya.
- Determinar de las ZEG en las áreas piloto.
- Generar una cartografía ZEG a escala paisaje.
- Desarrollar proyectos de gestión ZEG.
- Realizar una propuesta de planificación preventiva integral en la Raya.
- Promocionar la creación de empleo sostenible, que permita la inclusión social de la población rural
- Realizar un análisis crítico de proyectos similares en el territorio POCTEP.
- Establecer un espacio de encuentro para desarrollar actividades de innovación abierta.
- Fijar protocolos de colaboración en intervenciones conjuntas transfronterizas.
- Elaborar un Plan de capacitación y realizar dotación de materiales al operativo transfronterizo
- Poner en marcha un Plan de formación, sensibilización y educación en autoprotección a los residentes

4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La misión de FIREPOCTEP es aumentar la resiliencia territorial para los riesgos naturales transfronterizos, promoviendo la adaptación al cambio climático en todos los sectores, mediante la prevención y la gestión del paisaje expuesto a grandes incendios forestales (GIF) en las áreas rurales transfronterizas entre España y Portugal.

Conforme a la visión, FIREPOCTEP pretende capitalizar los resultados, conocimientos y buenas prácticas a ambos lados de la frontera hispano-lusa en materia lucha contra incendios forestales, para lanzar una acción conjunta que llegue a todos los territorios de la misma, aunando esfuerzos y unificando criterios de actuación conjunta. Un reto al que cabe añadir, el derivado de la nueva situación mundial con la adaptación a la nueva coyuntura COVID-19 y Post COVID-19 y la necesidad de impulsar de la economía circular verde como motor de dinamización en la economía local.

En cuanto a los valores, en FIREPOCTEP quiere destacar:

- El **impacto del Cambio Climático** en el riesgo de incendios y la necesidad de paliar sus consecuencias como medida preventiva
- La **cooperación, la transparencia y la innovación**, bases para el desarrollo de un enfoque conjunto, que facilite la **buena gobernanza** y la **gestión común de los recursos** de autoprotección y defensa frente a los incendios en “La Raya”.



- El **papel de las actividades agrícolas, ganaderas y forestales** en recuperar un paisaje diverso, habitado y con menor riesgo de incendios como herramienta fundamental para la prevención de estos.
- Favorecer la **dotación e impulso del Empleo Verde en el espacio rural**.

5. PRINCIPIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

5.1 TRANSPARENCIA

Ofreciendo información de manera constante, continua, clara y sin ambigüedades a la ciudadanía y a las entidades participantes en el Proyecto, sobre el proceso, las actividades y los resultados que se vayan obteniendo, de tal manera que los ciudadanos y las ciudadanas conozcan específicamente los avances que se están consiguiendo.

5.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Favoreciendo la implicación de la ciudadanía en el Proyecto, atendiendo sus demandas y necesidades y estableciendo canales de reciprocidad informativa.

5.3 TRABAJO EN RED

Implicando a entidades públicas y privadas (asociaciones, ayuntamientos, otras administraciones públicas, empresas, sindicatos, colegios profesionales, ONG, fundaciones, federaciones...) en la toma de decisiones, ejecución, seguimiento y evaluación del Proyecto FIREPOCTEP en la búsqueda de facilitar el trabajo colaborativo como base de sus avances.

6. FINALIDAD Y OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

6.1 FINALIDAD

La finalidad del Plan de Comunicación FIREPOCTEP es doble:

- Por una parte, pretende dar una imagen unificada, sólida y consensuada del propio proyecto, de sus actividades, de sus avances y de los resultados obtenidos durante el desarrollo del mismo.
- Por otra parte, se propone generar credibilidad y confianza en las políticas de cooperación y en la gestión común de los recursos de autoprotección y defensa establecidos frente a los riesgos naturales que amenacen el Espacio de Cooperación. Todo ello, de manera que se puedan minimizar sus efectos negativos sobre las poblaciones, los territorios y la economía de las regiones de este espacio.

6.2 OBJETIVOS

- Establecer las actuaciones de comunicación interna y externa del Proyecto FIREPOCTEP.
- Determinar las líneas de actuación de las entidades beneficiarias del Proyecto para la difusión y publicidad de las actuaciones que contiene.
- Definir la identidad comunicativa del Proyecto delimitando todas las acciones de difusión y publicidad emanadas desde el mismo.
- Visibilizar sus avances y resultados.
- Crear espacios de comunicación entre la ciudadanía y FIREPOCTEP.

7. DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN EN EL PROYECTO

7.1 COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna debemos centrarla en los intercambios de mensajes entre las entidades beneficiarias del proyecto, con el empeño de conseguir su implicación en la consecución de nuestros objetivos de manera colaborativa. Para ello, se trata no solo de contar a todas las personas que componen FIREPOCTEP lo que éste hace, sino también de contar con todas ellas para lo que se hace.

El proceso de comunicación interna no se entiende como un proceso lineal sino como un proceso circular multidireccional, donde se asegure la retro-alimentación entre las partes, tratando en todo momento de crear una cultura compartida y un sentimiento de pertenencia al Proyecto, que genere confianza entre todas las personas que lo conforman.

Se establecen para ello las siguientes directrices base, sobre las que asentar los procesos de comunicación interna:

- Sistematizar la comunicación entre los beneficiarios, especialmente entre el beneficiario principal y el resto del partenariado, ya que de ella dependerá la correcta gestión y ejecución del proyecto.
- Mantener informados a los beneficiarios sobre las acciones comunes y las obligaciones administrativas, financieras, así como de seguimiento y evaluación.

7.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa se centra en la transmisión continua, sistematizada y unificada de toda la información generada desde FIREPOCTEP con el fin de dar a conocer el Proyecto entre su público objetivo en particular y entre la población en general.



Se establecen para ello unas directrices base, que han de servir como pautas a la hora de articular cualquier proceso de comunicación externa del proyecto. Estos procesos deben:

- Dar a conocer el proyecto, sus distintos avances y resultados al público objetivo, alcanzando al menos un 50% del mismo. Resultado que se medirá a través de encuestas en la página web, Facebook y Twitter.
- Generar interés entre los ciudadanos, los medios de comunicación y los decisores políticos y gestores públicos en cuanto a las capacidades, desarrollo y cualidades del proyecto. El retorno de este objetivo será cuantificable a través de las publicaciones incitadas desde FIREPOCTEP y su feedback en las redes sociales y los mensajes de contactos los sectores mencionados.
- Propiciar y divulgar sinergias, alianzas y redes de colaboración entre los diferentes agentes sociales involucrados en el sector implicados con la lucha contra incendios forestales, con la mitigación de los efectos del cambio climático, o con el impulso del Empleo Verde en el espacio rural.
- Captar emprendedores cuyo objetivo sea la lucha contra los incendios, y la creación de empleo rural verde dirigido a la prevención de estos en La Raya, para que participen en las actividades del proyecto. Se podrá medir el resultado a través del número de emprendedores que formen parte de la aceleradora del FIREPOCTEP.
- Apoyar a la labor de visibilización y difusión de las actuaciones financiadas por la Unión Europea, más específicamente resaltando la importancia del Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER. Para ello se seguirá todas las directrices del [Manual de identidad gráfica POCTEP 14/20](#).

La planificación de estas acciones se encuentran recogidas en este Plan de Comunicación, donde también se contemplan los indicadores establecidos para cuantificar el impacto de las actividades de Información y Publicidad llevadas a cabo.

Como normas generales aplicadas a las acciones de información y publicidad, cabe reseñar:

- ◆ En todo el material de información y comunicación generado por el proyecto (publicaciones, material informativo, folletos, página web,...) así como en los documentos técnicos elaborados (informes de ejecución, actas de reuniones, documentación específica para el desarrollo de las actividades,...) se indicará expresamente la participación de la Unión Europea y la cofinanciación con el FEDER, además de incluir el logotipo del proyecto.
- ◆ En la página web se hará visible la insignia y la mención de la Unión Europea, así como la indicación del FEDER con la frase "Invertimos en su futuro", junto con el logotipo del POCTEP.
- ◆ Las notas de prensa y anuncios desarrollados en los medios de comunicación social incluirán información explícita sobre el proyecto, el apoyo de la UE y la cofinanciación comunitaria del FEDER y del POCTEP.



- ◆ En los actos públicos, se colocará de forma visible los logotipos de la Unión Europea y del Programa en los paneles utilizados.
- ◆ En los anuncios de licitación pública así como en los pliegos administrativos se señala la participación financiera de la Unión Europea, del FEDER y del POCTEP.

8. PÚBLICO OBJETIVO

8.1 COMUNICACIÓN INTERNA

Dirigida a gestionar, integrar y motivar al equipo humano del Proyecto este tipo de comunicación se utilizará, en ocasiones, simplemente para informar y en otras para incentivar, persuadir, recordar o explicar contenido de interés que aumente la productividad de:

- Los responsables, coordinadores, personal técnico e investigadores pertenecientes al partenariado implicado en el Proyecto.
- Los Responsables de la gestión y coordinación del Programa INTERREG.
- Los socios colaboradores de las entidades beneficiarias del Proyecto

No debemos confundir comunicación interna con información. La información transmite mensajes –habitualmente de los responsables a los empleados–, mientras que la comunicación requiere una respuesta del receptor, es decir, un feedback entre las dos partes. Por tanto, esta comunicación debe ser bidireccional para que el personal sea parte activa.

La comunicación interna, para que realmente funcione, debe ser bidireccional y basarse en el respeto y la confianza. No obstante, habrá temas delicados en los que el personal no quiera dar a conocer su identidad o expresar una opinión concreta por el recelo a no ser entendido. Para ello se ubicará en la página web del proyecto un buzón de sugerencias, que garantice el anonimato de sus usuarios y de traslado directo de sus mensajes a los responsables de comunicación del proyecto.

Como canales y herramientas para el desarrollo de las acciones de comunicación interna se señalan las siguientes:

- Correo electrónicos, chats telefónicos y mensajes interpersonales.
- Intranet. del proyecto (disponible en la propia web)
- Buzón de sugerencias.
- Material impreso y audiovisual corporativo.
- Reuniones periódicas.
- Informes internos.

8.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

Los incendios forestales, el cambio climático, o el impulso del Empleo Verde para fijar población en el espacio rural afectan a la ciudadanía en general, por lo que cualquier

persona podría ser parte activa del proyecto. Sin embargo, no sería efectivo ni realista considerar a toda la ciudadanía como único público objetivo estratégico.

Para ello, se establece que el target del FIREPOCTEP debe responder a diferentes características culturales y socio-demográficas, en función de los diferentes objetivos formulados para el proyecto:

OBJETIVO GENERAL:	PÚBLICO DESTINATARIO:
<ul style="list-style-type: none"> • Transmitir una imagen general del proyecto FIREPOCTEP como paquete de servicios dirigido a aportar soluciones a necesidades concretas contra los GIF, y como fuente de oportunidad para quienes muestran inquietud emprendedora o colaborativa en el área de la creación de Empleo Verde Rural (emprendedores, empresarios, investigadores y organismos de apoyo). 	Ciudadanía en general
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	PÚBLICO DESTINATARIO:
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las Zonas Estratégicas de Gestión (ZEG) para minimizar el riesgo e impacto de los GIF a través de la gestión agrosilvopastoral del paisaje en un escenario de cambio climático y global. • Capacitar y equipar al personal operativo transfronterizo en la lucha contra los GIF. 	Decisores políticos, gestores públicos, organismos y entidades público-privadas a nivel local, regional, nacional, europeo e internacional.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la inversión pública y privada a través de experiencias piloto englobadas en el marco de la Economía Verde Circular y la investigación de nuevos nichos de mercado. 	Emprendedores públicos y privados interesados en expandirse hacia iniciativas de empleo en actividades agrícolas, ganaderas y forestales que permitan recuperar un paisaje diverso, habitado y con menor riesgo de incendios.
<ul style="list-style-type: none"> • Educar a la población rural fija y ocasional en la Raya sobre el riesgo de GIF, las buenas prácticas preventivas y la autoprotección. 	Ciudadanía en general
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar FIREPOCTEP como un referente científico para la lucha contra los GIF, el cambio climático, y la prevención y autoprotección frente a estos, creando sinergias con la comunidad científica. 	Revistas y centros científicos relacionados con los incendios forestales
<ul style="list-style-type: none"> • Atraer el interés de los medios de comunicación, ya sean los tradicionales (prensa, radio y televisión) o los virtuales (prensa virtual y redes sociales) propiciando sinergias que faciliten la divulgación y sensibilización en las medidas de prevención y autoprotección. 	Medios de comunicación masivos tradicionales, páginas web y redes sociales de comunicación.



9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia del plan de comunicación de FIREPOCTEP centra su atención en informar a los potenciales beneficiarios del proyecto, transmitiendo una imagen del mismo como conjunto de actividades dirigidas hacia a la adaptación al cambio climático mediante la prevención y gestión del paisaje expuesto a los grandes incendios forestales (GIF) en áreas rurales transfronterizas.

10. TÉCNICAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

El proyecto debe generar contenidos que aporten de manera eficiente la mayor visibilidad de cara a la sociedad y evitar, de paso, los grandes costes de la publicidad tradicional. Estos deberán estar diseñados de forma que, el público destinatario de cada uno de ellos esté informado y se sienta atraído por el proyecto. Nuestra estrategia por tanto, deberá ser permeable, flexible y dinámica, permitiendo gracias a su carácter adaptativo, dialogar en todo momento con las necesidades del entorno y de los públicos.

Nuestra estrategia parte de la base de crear mensajes adecuados para cada público objetivo y generar una buena relación con nuestros target, entre ellos los medios de comunicación. Con este objetivo, se centrará parte del trabajo en el uso de las redes sociales del proyecto (Twitter y Facebook), pero sin dejar de lado los medios tradicionales, o las oportunidades que se nos presenten en los eventos y reuniones con participación del proyecto.

Las acciones irán dirigidas, principalmente, hacia un público menor de 35 años, casi todo el campo de actuación se dirigirá al entorno online, sobre todo hacia las redes sociales (RRSS). Esto se debe a que estas últimas han conseguido albergar a usuarios de todas las edades, ofreciendo un amplio escaparate para mostrar las iniciativas y hacerles participe en ellas. Con ello se posibilita que la marca FIREPOCTEP pueda llegar a todos los públicos generando engagement y ayudando a la difusión de contenido y al fortalecimiento del valor de la marca.

Dentro de las RRSS, se seleccionan Facebook y Twitter, como los principales canales de comunicación, debido a que se encuentran entre las redes sociales más usadas en la actualidad y porque es en este entorno donde se encuentra, mayoritariamente, a un público con mayor sensibilidad hacia temáticas medioambientales.

En este sentido, se hace necesario incorporar nuevas tendencias de comunicación a la estrategia como es la figura del multiplicador. Con esto se le atribuye un papel más relevante al público, que tendrá más participación en el proyecto. Además, permitirá una mayor atracción en el resto del público objetivo que verá a los multiplicadores como ejemplo cercano de los valores que quiere transmitir nuestro proyecto.

No obstante, esta estrategia se verá evaluada a lo largo del tiempo, para garantizar que es acorde con los objetivos deseados.

11. DEFINICIÓN DE LOS MENSAJES DEL PROYECTO

Cada público demandará un lenguaje, vocabulario y unos canales de difusión distintos, siendo estos personalizados para cada ocasión que realicemos una acción comunicativa.

Los mensajes del proyecto serán sencillos, concretos y claros para el público. Harán referencia a los objetivos, beneficios y valores de FIREPOCTEP. Así pues, los mensajes que se lancen deberán tener presentes los siguientes conceptos fundamentales:

- Lucha contra incendios forestales
- Lucha contra el cambio climático
- Cooperación
- Transfronterizo
- Innovación

Entre los mensajes del proyecto y a modo de ejemplo, podemos destacar los siguientes:

- ◆ **“Luchar contra los incendios forestales es luchar contra el cambio climático”:** Los incendios no sólo arruinan comarcas, sino que matan personas y perturban el cambio climático.
- ◆ **“España y Portugal cuentan con retos comunes, a los que una cooperación territorial efectiva puede dar respuesta”.** FIREPOCTEP responde a estos en el territorio transfronterizo de la Raya. Ambos países comparten entre sus desafíos la lucha contra el desempleo, la necesidad de aumentar la eficiencia en el uso de los recursos naturales y la existencia de riesgos naturales comunes. Convertimos retos en oportunidades.
- ◆ **“FIREPOCTEP permite implementar un plan de actuación conjunto”** con el que, atender a las necesidades en cada territorio, para hacer frente a los incendios en La Raya de forma eficaz.
- ◆ **“La lucha directa sobre los incendios, la implantación de medidas de autoprotección y una gestión forestal sostenible son los tres pilares básicos para minimizar el impacto de los incendios forestales y el cambio climático”.** Hay que aprender a gestionar y minimizar los riesgos.
- ◆ **“El cuidado e impulso de las zonas rurales es una medida que facilita la autoprotección y la prevención de incendios forestales”.** La dinamización de iniciativas locales que aumenten las posibilidades de empleo, permiten fijar demográficamente la población rural y con ello luchar contra el abandono progresivo de cultivos y pastoreo (recursos tradicionales de prevención).
- ◆ **“Todos los sectores tienen cabida en el desarrollo de medidas de autoprotección e impulso económico”.** En la actual situación de pandemia, corresponde al sector público, la universidad, los centros de investigación, las



PLAN DE COMUNICACIÓN

PROYECTO FIREPOCTEP

empresas y hasta a la propia ciudadanía, el estímulo de iniciativas económicas que permitan evitar el despoblamiento en los núcleos rurales.

- ◆ **“Consumir productos forestales locales** (madera, leñas, biomasa, derivados de la ganadería extensiva) **o agrícolas** (vid, cereales, árboles frutales), **permite mantener una gestión forestal sostenible y reducir el riesgo de incendios forestales”**.
- ◆ **“La obtención de datos, el intercambio de información, la adecuación de los planes de anticipación, y la gestión y coordinación entre servicios de emergencia, facilitan la disminución del riesgo de incendios y la eficacia en su combate”**.
- ◆ **“La experiencia FIREPOCTEP facilita acciones directas en el territorio, que se pueden extrapolar a otros territorios”**. Intercambiamos buenas prácticas y conocimientos, de manera que se pueda probar y trasladar los resultados a otros territorios de cooperación.
- ◆ **“FIREPOCTEP crea vínculos entre los mundos científicos, públicos y privados en el campo de la lucha contra incendios forestales en La Raya”**: se deberá de transmitir cada vez que el equipo de investigación del proyecto lance alguna publicación científica o que desde FIREPOCTEP se consiga algún acuerdo de unión entre entidades científicas, públicas y privadas.
- ◆ **“Tú también puedes luchar contra los incendios forestales: cuida el medio ambiente y alerta de los incendios”**. Este mensaje podrá variar su segunda parte “cuida el medio ambiente y alerta de los incendios”, modificándola con la intención de pedir otras medidas de apoyo a la ciudadanía, como “difunde nuestra causa”, “consume productos forestales de tu región”, etc. Podrá ir acompañado o dentro una imagen/gif/vídeo.
- ◆ **“La prevención y concienciación es la mejor arma de lucha contra los incendios”**: deberá de ir acompañado de las actividades de sensibilización que se realice desde FIREPOCTEP para incitar a las personas que se apunten como voluntarios para ser multiplicadores. Podrá ir acompañado o dentro una imagen/gif/vídeo y se publicará en los canales de comunicación de FIREPOCTEP.
- ◆ **“El proyecto FIREPOCTEP pretende difundir el avance de las tecnologías de lucha contra los incendios en el área transfronteriza de La Raya”**. Este mensaje acompañará a las noticias que surjan desde la aceleradora de FIREPOCTEP y se publicará en los canales del proyecto. Podrá ir acompañado o dentro una imagen/gif/vídeo.
- ◆ **“Haz un uso responsable del medio ambiente y de los recursos de tu región”**: debe ser un mensaje contaste en los canales de FIREPOCTEP, repitiéndose, al menos, dos veces por semana en todos los canales del proyecto. Respetando la idea se podrá incluir en un texto más amplio o en una imagen/gif/vídeo.



12. HERRAMIENTAS Y CANALES DEL PROYECTO

12.1 HERRAMIENTAS PARA COMUNICACIÓN DIGITAL

12.1.1 PÁGINA WEB DEL PROYECTO

La página web del Proyecto FIREPOCTEP (www.firepocstep.eu) supondrá el espacio principal para difundir la información directa sobre el desarrollo del proyecto, así como para la difusión del material de divulgación (publicaciones, folletos, logotipo, etc.). Su consulta estará abierta al público en general, para lo cual se cumplirán con las pautas WCAG de accesibilidad, con el objetivo de conseguir un mayor alcance.

Estará disponible en tres idiomas (español y portugués e inglés), con el objetivo de que tenga un mayor alcance internacional. No obstante, esto no implica que las publicaciones o la subida de contenidos se tenga que realizar en los tres idiomas de forma obligatoria, sino que se podrán usar los tres idiomas indistintamente. Siempre se aconsejará que el contenido que se publique en la web esté traducido en los tres idiomas indicados, pero no será obligatorio.

En esta web, el público tendrá acceso a un resumen del proyecto, a sus objetivos, a la descripción del mismo, a sus distintas actividades, a las noticias de FIREPOCTEP o relacionadas con este enviadas por los beneficiarios, las acciones de formación, las buenas prácticas dentro y fuera de Proyecto y el servicio ofrecido a los emprendedores del sector.

Evidentemente, la web deberá mantener un carácter muy dinámico, incorporando contenidos a medida que vaya avanzando el proyecto y manteniéndose activa, por lo menos, hasta la finalización de este. Para mantener este dinamismo, se intentará alcanzar un mínimo de 2 publicaciones diarias. Todas las publicaciones tendrán que ser aceptadas por el socio principal, que se compromete a revisarlas en la mayor brevedad posible.

12.1.2 TWITTER

Desde la cuenta oficial en la red ([@firepocstep](https://twitter.com/firepocstep)) se publicará todo el contenido subido a la web diariamente. Tanto en Twitter, como en Facebook se usarán el hashtag del proyecto: #Firepocstep. Además, se realizarán acciones específicas como:

- Consultas al público sobre opiniones, cuestiones técnicas y de sensibilización. El objetivo es buscar la interacción del público.
- Subir imágenes relacionadas con el proyecto.
- Subir vídeos relacionados con el proyecto.
- Acciones creativas específicas para esta red social.

12.1.3 FACEBOOK

El proyecto contará con una página de Facebook con el nombre de [@firepoctep](#). Desde esta página se compartirán diariamente las publicaciones de la web. Además, se llevarán a cabo las siguientes acciones:

- Consultas al público sobre opiniones, cuestiones técnicas y de sensibilización. El objetivo es buscar la interacción del público.
- Respuestas a las menciones para generar
- Subir imágenes relacionadas con el proyecto.
- Subir vídeos relacionados con el proyecto.
- Acciones creativas específicas para esta red social.
- Se intentará crear dos comunidades FIREPOCTEP, una de carácter profesional, donde los usuarios compartan eventos específicos, publicaciones, etc. y otra de sensibilización de carácter genérico, para compartir buenas prácticas. Ambos grupos se manejarán con metodologías participativas para que haya interacción entre los administradores y el resto del público.

12.1.4 BOLETÍN DEL PROYECTO

El proyecto contará con un boletín electrónico mensual, el cual, además de ser distribuido por correo electrónico a sus suscriptores. Será publicado en la página web y en las redes sociales. En esta publicación se mostrarán noticias, eventos y convocatorias relacionadas con el proyecto y sus beneficiarios, de manera que servirá de resumen para los avances realizados cada mes.

12.1.5 ALERTAS DEL PROYECTO

Para interés general se difundirán alertas de convocatorias y eventos para conseguir sinergias con otras entidades que tengan nuestros mismos intereses.

12.2 OTRAS HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN EXTERNA

12.2.1 MEDIOS TRADICIONALES (RADIO, PRENSA Y TELEVISIÓN)

A través de las sinergias que tengan los beneficiarios con los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión), se perseguirá que existan referencias al Proyecto FIREPOCTEP por lo menos en sus inicios (presentación del proyecto), en la mitad de vida del proyecto y al final (presentación de resultados, con la invitación a autoridades nacionales, regionales y medios de comunicación).

Además, durante todo el proyecto, buscaremos sinergias con nuevos medios. FIREPOCTEP, como proyecto referente en la lucha contra los incendios y herramienta



PLAN DE COMUNICACIÓN

PROYECTO FIREPOCTEP

de cooperación territorial efectiva tiene que ser activo demostrando a los medios que tiene capacidad de atracción al público y que posee a los mejores expertos para entrevistas y redacción de publicaciones de esta temática.

También hay que trabajar para hacer visible que la difusión de la lucha contra los incendios y el impulso económico de las zonas rurales en la zona transfronteriza no es solo un objetivo del propio proyecto, sino también lo es de los medios de comunicación.

El proyecto contará con la elaboración de dos audiovisuales (uno de presentación del proyecto y otro de presentación de sus avances), así como podscats de producción propia para divulgación en tres idiomas (español y portugués e inglés). Este material debe ser ofrecido por el proyecto y sus beneficiarios a medios con los que se mantengan sinergias de comunicación.

Asimismo, dadas las capacidades comunicativas (con medios y canales audiovisuales internos) de algunos de los beneficiarios del proyecto y dentro de sus objetivos particulares de divulgación y concienciación, esta prevista la realización por parte de éstos de diferente material audiovisual susceptible también de ser ofrecidos por el proyecto y sus beneficiarios a los diferentes medios con los que se mantengan sinergias de comunicación.

Previo a su emisión/publicación todo el material audiovisual elaborado por los beneficiarios deberá pasarse a consulta del coordinador en comunicación del proyecto. Éste podrá dar indicaciones sobre el material elaborado para adecuarlo a la imagen general del proyecto y deberá dar visto bueno antes de su difusión.

12.2.2 REVISTAS ESPECIALIZADAS

FIREPOCTEP, como proyecto de investigación y captación de experiencias, tiene sus propias capacidades para realizar investigaciones acerca de los incendios forestales, la mitigación del cambio climático, o el impulso económico local. Toda publicación generada tiene que ser mostrada y facilitada a la comunidad científica. Hay que demostrar a las revistas especializadas que FIREPOCTEP cuenta con grandes expertos en la materia y que el conocimiento surgido de éste, será importante para el mundo universitario.

12.2.3 ACTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y EVENTOS

La imagen gráfica del proyecto FIREPOCTEP deberá estar presente en todos los materiales del evento (enarras, merchandising, carteles, power point, etc.). Las acciones de comunicación realizadas dentro de este tipo de canal comunicativo podrán ir dirigidas a dos tipos de públicos distintos:



- Por un lado, aunque abiertas al público en general, este tipo de acciones comunicativas pueden ir dirigidas a un público específico definido por la temática del evento. Puesto que serán jornadas especializadas y con el objetivo de generar impacto dentro de un sector específico, como el universitario o la comunidad científica.
- Por otro lado, se realizarán charlas y eventos de sensibilización dirigidas a estudiantes, agricultores, empresarios, o gestores. En este caso, el contenido será muy distintos al anterior, ya que se buscará concienciar para cuidar el medio ambiente, evitar prácticas que puedan generar incendios y beneficiar al tejido económico local.

12.3 CANALES PROPIOS DE LOS BENEFICIARIOS

Al ser FIREPOCTEP un consorcio, cada beneficiario utilizará sus propios canales (Webs, blogs, boletines, cuentas de Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.) para aportar información sobre el desarrollo de sus actividades y del proyecto en general.

Además, son responsables de difundir el proyecto dentro de su ámbito de actuación habitual, pudiendo promocionar el proyecto y sus actividades a través de sus propios medios escritos y virtuales con el fin de difundir resultados, actividades, participantes, acciones, etc. y hacer llegar la marca FIREPOCTEP a un mayor público.

Así, los beneficiarios del proyecto se comprometen a incluir el enlace de la web del proyecto en sus propias páginas webs y a darle difusión a través de sus propios medios de comunicación.

12.4 PERSONAL DE FIREPOCTEP

FIREPOCTEP no solo está compuesto por medios, infraestructuras y conocimientos, sino también por las personas que trabajan para que el proyecto avance. Por esta razón, el personal relacionado con el proyecto también es marca corporativa de éste. En este sentido, en la medida que se pueda, se animará a que los distintos profesionales apoyen las publicaciones realizadas desde el proyecto, compartiéndolas en sus canales de comunicación o generando sus propias publicaciones.

13. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

13.1 PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN

A continuación se detalla un cronograma orientativo de desarrollo para las principales acciones de comunicación contempladas en este Plan de Comunicación:

Medidas de información y publicidad	CRONOGRAMA – Fechas orientativas	Medios utilizados	Indicadores definidos en el proyecto
Creación de las cuentas en RRSS del Proyecto	Finales Mayo 2021	Twitter y Facebook	Entregable A6-E18. RRSS (lanzamiento).
Creación de la imagen corporativa y diseño de aplicaciones. Traslado y aprobación por la SC del POCTEP. Inicio del trabajo en la Guía Corporativa del Proyecto	Finales mayo 2021 / Inicios junio 2021	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal	A6-E2. Manual/Guía corporativa del proyecto
Elaboración del audiovisual de lanzamiento del proyecto en 3 idiomas. Traslado y aprobación por la SC del POCTEP	Inicios junio 2021	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal	Entregable A6-E12. Vídeo FIREPOCTEP .
Inicios de las reuniones de trabajo para el GT6. Comunicación con representantes de los beneficiarios	1 junio 2021	Reuniones de trabajo on line networking	Acción de comunicación interna. No es entregable
Diseño y elaboración de la Presentación PPT proyecto en tres idiomas (ES-PO-EN)	Inicios junio 2021	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal	Entregable A6-E16. Presentación PPT proyecto. Finalizado
Creación de material promocional del Proyecto (Stand/Enara y material de merchandising del proyecto. Consulta sobre adecuación en Identidad Corporativa a la SC POCTEP y aprobación por ésta	Inicios junio 2021	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal	Entregable A6-E3. Informe de material promocional. Finalizado
Diseño y elaboración de los Boletines Newsletters mensuales del Proyecto. Traslado y aprobación por la SC del POCTEP	Inicios junio 2021	Elaboración por beneficiarios B.1	Entregable A6-E10. Kit Boletines / newsletters (I)
Inicio de difusión informativa en RRSS	Inicios junio 2021	Twitter y Facebook	Entregable A6-E18. RRSS (lanzamiento). Finalizado
Jornada de Lanzamiento del proyecto celebrada en la sede de la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo.	17 junio 2021	Actos públicos. Medios de comunicación	Entregable Seminario de Inicio (Kick-off Meeting). Finalizado
Difusión pública en RRSS del audiovisual del Proyecto	30 septiembre 2021	Web, Twitter y Facebook	Entregable A6-E12. Vídeo FIREPOCTEP . Finalizado
Lanzamiento de la página web del Proyecto (www.firepoctep.eu)	8 septiembre 2021	Web y RRSS	Entregable A6-E17. Web (Lanzamiento). Finalizado
Con información sobre las capacidades en comunicación de los beneficiarios se inicia la redacción del Plan IC Proyecto	Inicios noviembre 2021	Coordinación del GT6. Comunicación	Entregable A6-E1. Plan IC del proyecto

Diseño y elaboración del Folleto/Tríptico de presentación del proyecto	Diciembre 2021	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal y Fundación Finnova	Entregable A6-E14. Folleto
Entrega de la Guía Corporativa del Proyecto	Mediados enero 2022	Gabinete de imagen y diseñadores del Beneficiario Principal	Entregable A6-E2. Manual/Guía corporativa del proyecto
Presentación y aprobación por los beneficiarios del Plan IC Proyecto	Mediados enero 2022	Coordinación del GT6. Comunicación	Entregable A6-E1. Plan IC del proyecto
Actualización 1.0 de la Web del Proyecto. Implementación completa de la Intranet y publicación en la misma	Finales enero 2022	Beneficiario Principal y Fundación Finnova	Entregable A6-E17. Web (Lanzamiento). Finalizado
Difusión del folleto actualizado como Informe del ciudadano / Layman´s report)	Mediados abril 2022	Beneficiario Principal	Entregable A6-E13. Informe del ciudadano / Layman´s report
Reunión Trimestral de los Grupos de trabajo del Proyecto. Difusión de conclusiones y avances	Finales Primer Trimestre 2022	RRSS / WEB / Nota de prensa	Entregable A6-E9. Informe de comunicación (I)
Elaborar un audiovisual como Storytelling sobre los avances obtenidos por el programa para participación en acciones con otros Programas Interreg y UE. Facilitará la interacción con otras iniciativas organizadas por POCTEP o a través de programas varios de la UE	Finales primer semestre 2022	Actos públicos. Medios de comunicación	Entregable A6-E15. Storytelling
Reunión Trimestral de los Grupos de trabajo del Proyecto. Difusión de conclusiones y avances	Finales Segundo Trimestre 2022	RRSS / WEB / Nota de prensa	Entregable A6-E9. Informe de comunicación (II)
Reunión Trimestral de los Grupos de trabajo del Proyecto. Difusión de conclusiones y avances	Finales Tercer Trimestre 2022	RRSS / WEB / Nota de prensa	Entregable A6-E9. Informe de comunicación (III)
Primer Congreso internacional sobre gestión y planificación del territorio en un contexto de cambio climático y de grandes incendios forestales	Tercer Trimestre de 2022	Actos públicos. Medios de comunicación	DIFUSIÓN. No es entregable
Inicio de la redacción de la Memoria Final de Difusión y Publicidad del Proyecto FIREPOCTEP	Mediados diciembre 2022	Coordinación del GT6. Comunicación	Entregable A6-E9. Informe de comunicación (IV)
Presentación de la Memoria Final de Difusión y Publicidad del Proyecto FIREPOCTEP	Finales diciembre 2022 – Enero 2023	RRSS / WEB / Nota de prensa	Entregable A6-E9. Informe de comunicación (IV)

14. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación cuenta con elementos de seguimiento y evaluación al objeto de medir el transcurso y cumplimiento del mismo para, en su caso, realizar acciones de corrección que garantice la consecución de su finalidad y el logro de los objetivos marcados. Es decir, se pretende evaluar si las actuaciones de comunicación interna y externa descritas en el presente Plan de Comunicación han servido para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

14.1 HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN

14.1.1 INFORMES EXTRAÍDOS DE GOOGLE ANALYTICS

Permitirá medir el engagement, es decir, la vinculación del usuario con la web. Esto, a su vez, permite controlar si hay usuarios fieles o si solo hay visitantes esporádicos. En la medida en que los primeros se impongan a los segundos se podrá observar el éxito del proyecto.

14.1.2 INFORMES EXTRAÍDOS DE GOOGLE ALERTS

Elaborados con palabras clave en cuanto a temáticas y publicaciones a través de Google Alerts se podrá averiguar la reputación de FIREPOCTEP en la red. Además, esta aplicación permite recibir las alertas en el e-mail, seleccionando la periodicidad de éstas: diariamente, semanalmente, etc.

14.1.3 INFORMES EXTRAÍDOS DE KRED

Permiten medir la influencia de FIREPOCTEP en Twitter y Facebook (las dos redes sociales del proyecto). Kred mide la influencia (número de seguidores, retweets, contestaciones, etc.) y el nivel de alcance. A través de este último se intenta medir el compromiso del proyecto con el usuario para ayudarle a difundir sus mensajes, es decir, la actitud de la empresa cuando hace retweets, menciones a otros usuarios u organizaciones, etc.

14.1.4 ENCUESTAS DE EVALUACIÓN EFECTUADAS DESDE RRSS

Periódicamente, encuestas de evaluación lanzadas en Twitter y Facebook: permitirán tener conocimiento sobre si las actividades comunicativas que estamos realizando en estas dos redes sociales están surtiendo el efecto deseado.



14.1.5 ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN EN EVENTOS, CURSOS, TALLERES Y ENCUENTROS

Con ellas podremos averiguar si los eventos son atractivos para el público objetivo y cómo se podrían reorientar en caso de que no lo fuesen.

14.1.6 CLIPPING DE MEDIOS ESCRITOS, ONLINE Y SOCIAL

Con los informes de clipping que vayan remitiendo los gabinetes de prensa de los diferentes beneficiarios informando sobre las diferentes menciones y publicaciones en las que se realice referencia al proyecto, tendremos permitirá tener una visión de las del Proyecto en los distintos medios de comunicación y su alcance.

14.2 INDICADORES DE EVALUACIÓN

Cada dos meses se realizará un análisis, plasmado en un breve informe, en base a las herramientas e indicadores de seguimiento. Así se evaluará si la estrategia de comunicación responde a los objetivos planteados en este Plan de Comunicación. Los indicadores para este análisis los encontramos en:

- El número de “Me Gusta” y de “Compartidos” en los post publicados en RRSS.
- El número de visitas a la página web.
- Número de seguidores en las redes sociales del Proyecto FIREPOCTEP.
- Número de asistentes a los eventos, cursos, talleres y encuentros organizados por FIREPOCTEP.
- Número de suscriptores al boletín FIREPOCTEP.
- Número de publicaciones de FIREPOCTEP y su alcance.

14.3 MEMORIA FINAL DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD

La Memoria Final de Difusión y Publicidad del Proyecto FIREPOCTEP, se integrará en la Memoria de Evaluación Final del mismo. En ella se expondrán los resultados obtenidos de todas las actuaciones llevadas a cabo a lo largo del periodo de vigencia del Proyecto relativas a la difusión y publicidad del mismo, a través del compendio de los Informes de Evaluación Anual de las Actuaciones de Comunicación Interna y Externa. Así mismo se medirá el grado de cumplimiento de la finalidad del Plan de Comunicación, es decir si se ha conseguido:

- ✓ Que la ciudadanía tenga una imagen unificada del Proyecto.
- ✓ Que la ciudadanía haya asumido y participado el desarrollo de medidas de autoprotección e impulso económico en la Euroregión de La Raya.



15. NORMAS PARA PROYECTOS COFINANCIADOS POR POCTEP 2014-2020

Todos los beneficiarios de un proyecto POCTEP se comprometen a que todas las acciones de información y comunicación, en el marco del Programa Interreg V-A España-Portugal (POCTEP), incluyan los siguientes elementos con carácter obligatorio:

- El emblema de la UE, con la designación, sin abreviar, «Unión Europea», que estará claramente visible y ocupará un lugar destacado.
- Una referencia explícita al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).
- El logotipo del Programa “Interreg España-Portugal”. Las dimensiones mínimas del logo deben respetar las siguientes medidas:
 - Logotipo Interreg (incluido emblema la UE): 38,1 mm.
 - Logotipo Interreg España-Portugal (incluido pictograma+emblema de la UE): 50,4 mm.

Este logo siempre tendrá, como mínimo, el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos, es decir, en ningún caso, el logo del programa podrá ser inferior al de los restantes. Asimismo, la altura máxima del logo del proyecto será tres veces la altura correspondiente a la bandera de la UE.

- El logotipo de FIREPOCTEP.
- En todo momento debe de señalarse el lema “0756_FIREPOCTEP_6_E Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa Interreg V A España – Portugal (POCTEP) 2014-2020”

Para unificar todas las publicaciones del proyecto y evitar confusiones que pudieran evitar el cumplimiento de las normas de publicidad del programa se aconseja utilizar en todas las ocasiones el Logotipo de POCTEP con el logotipo de FIREPOCTEP a la derecha o el Logotipo de POCTEP con el acrónimo FIREPOCTEP.

En la página web del proyecto se incluirá la descripción del programa Interreg POCTEP, los objetivos, los resultados y el apoyo financiero de los fondos FEDER. El emblema de la UE y la referencia a la Unión debe ser visible sin hacer scroll, debe estar en color y debe tener el mismo tamaño que el mayor de los demás logotipos. Esto mismo para las webs de las entidades con información sobre el proyecto. Mantener la información de la web hasta 2025.

La información completa sobre logotipos y responsabilidades de los beneficiarios está disponible en el sitio web del [Programa INTERREG](#).

