

PLAN DE COMUNICACIÓN

TERMINAL INTERMODAL DE MURCIA Y
SU ENLACE FERROVIARIO (21-ES-TG-IT
MURCIA)



ESTE PROYECTO HA RECIBIDO FINANCIACIÓN EUROPEA DEL PROGRAMA
«MECANISMO «CONECTAR EUROPA» (MCE) — SECTOR DEL TRANSPORTE, EN
EL MARCO DEL ACUERDO DE SUBVENCIÓN n.º CEF-T-2021-
COREGEN/101079672



El proyecto «Terminal Intermodal de Murcia y su enlace ferroviario» ha recibido financiación europea del programa Mecanismo «Conectar Europa» (MCE) — Sector del Transporte, en el marco del Acuerdo de subvención n.º CEF-T-2021-COREGEN/101079672 (CINEA)

Contenido

1. Introducción	3
2. Objetivos del Plan de Comunicación.....	3
3. Información sobre la financiación de la Unión y el uso del emblema de la UE.....	4
4. Audiencias objetivo	4
5. Acciones de comunicación	5
1. Identidad corporativa	7
2. Materiales informativos	7
3. Medios de comunicación	8
4. Sitio web	8
5. Redes sociales.....	9
6. Acciones publicitarias.....	9
7. Actividades de difusión.....	10
8. Comités de dirección	10
6. Indicadores de información y publicidad.....	11
7. Presupuesto.....	12



Versión del documento	V1 2022
Fecha	Diciembre de 2022
Autor	Sandoval Sánchez, Carmen



1. Introducción

El objetivo de este plan de comunicación es **diseñar una estrategia para la difusión de información sobre el proyecto y definir y especificar los canales y mensajes de comunicación que se utilizarán para garantizar la información de las actividades del proyecto.**

El proyecto pretende potenciar el papel del Nodo Logístico Murcia, considerado como una prioridad dentro de la red transeuropea de transporte, e incluido en el Corredor Mediterráneo. Comprende la producción de proyectos y obras para desarrollar la Terminal Intermodal de Murcia y su enlace ferroviario.

Este plan define y regula las características de las acciones de comunicación del proyecto, tanto en términos de forma como de contenido, asegurando la uniformidad de dichas acciones y facilitando la recepción a los diferentes públicos destinatarios.

Este plan se ha elaborado de conformidad con el acuerdo de subvención (artículo 17 y anexo 5).

2. Objetivos del Plan de Comunicación

La finalidad del plan de comunicación *del proyecto «Terminal Intermodal de Murcia y su enlace ferroviario»* es garantizar que la información sobre el proyecto se comunique amplia y eficazmente, de acuerdo con los siguientes objetivos:

1. Aumentar la visibilidad del proyecto.
2. Coordinar y planificar el desarrollo de materiales y actividades de difusión.
3. Involucrar a todas las partes interesadas pertinentes.
4. Lograr una amplia difusión y transferibilidad de los resultados del proyecto.



3. Información sobre la financiación de la Unión y el uso del emblema de la UE

La cofinanciación recibida de la Unión Europea implica una serie de compromisos en materia de comunicación y difusión de los resultados de los proyectos:

1. Toda comunicación o publicación relacionada con la acción, realizada por los beneficiarios conjunta o individualmente, incluso en conferencias, seminarios o en cualquier material informativo o promocional (como folletos, folletos, carteles, presentaciones, etc.), indicará que la acción ha recibido financiación de la Unión y mostrará el emblema de la Unión Europea.
2. Cuando se muestre en asociación con otro logotipo, el emblema de la Unión Europea debe tener el protagonismo adecuado.
3. La obligación de mostrar el emblema de la Unión Europea no confiere a los beneficiarios un derecho de uso exclusivo. Los beneficiarios no se apropiarán del emblema de la Unión Europea ni de ninguna marca o logotipo similar, ya sea mediante registro o por cualquier otro medio.

Todos los participantes del proyecto son informados sobre las cláusulas y requisitos y el seguimiento de las acciones de comunicación incluye la revisión del cumplimiento de las obligaciones de comunicación.

4. Audiencias objetivo

El público objetivo del proyecto está compuesto por las partes interesadas afectadas por los resultados del proyecto, tanto a nivel operativo como estratégico.

- Instituciones europeas (Comisión Europea, Parlamento Europeo, Oficinas regionales de Bruselas, Comité de las Regiones, Redes especializadas de la UE)
- Instituciones del Gobierno de España
- Autoridades locales y regionales



- Sector privado: industrias, especialmente las relacionadas con el sector logístico y los grandes exportadores/importadores
- Propietarios privados afectados por el proyecto
- Público en general

5. Acciones de comunicación

El objetivo de este plan de comunicación es dar visibilidad a las acciones llevadas a cabo y el apoyo de la Unión Europea, buscando también el compromiso de los sectores clave para la ejecución del proyecto.

Las principales acciones incluidas en este plan son las siguientes:

- Un sitio web dedicado al proyecto (en español e inglés) que establece el contenido y el progreso del proyecto y permite la interacción con otras iniciativas y otras agencias y partes interesadas. Además, apoyará la participación del sector privado en la implementación de la zona de actividades terminales y logísticas. Para ello se utilizará el sitio web creado para la Acción CEF 2014-ES-TM-0253-S (<https://www.zal-murcia.es/>).
- Diseño y producción de materiales gráficos y audiovisuales para la difusión del proyecto (infografías, vídeo, folletos en papel y en digital, páginas en prensa, cuñas de radio, cartelería...).
- Difusión del proyecto mediante campañas informativas, sesiones específicas, campañas de publicidad, redes sociales, etc..., al menos:
 - Tras la firma del acuerdo de subvención (noviembre de 2022).
 - Después del inicio de los estudios de la Terminal Intermodal (marzo de 2023).
 - Tras el inicio de las obras de construcción de ambas infraestructuras (abril y septiembre de 2023).
 - Tras la conclusión de la interconexión con la línea ferroviaria del Corredor Mediterráneo (junio de 2025).
 - Al final del proyecto en septiembre de 2025.



- Acciones específicas de difusión con representantes del sector privado para facilitar su participación en el proceso, especialmente el sector logístico y los principales sectores de exportación (procesamiento de alimentos, muebles, piedra, metal y productos químicos y plásticos) y el sector logístico.
- Seminarios o Jornadas dedicados a los proyectos del Área de Actividad Logística en los eventos del Corredor Mediterráneo.

Todas las actividades de comunicación se enumerarán en el informe anual de estado presentado a la agencia CINEA, incluida toda la información relevante del evento.

Las actividades de comunicación serán ejecutadas por la oficina de comunicación del beneficiario del proyecto utilizando sus propios recursos disponibles y con la ayuda de expertos externos cuando sea necesario.

De esta manera, el proyecto aprovechará los canales de comunicación utilizados por la administración pública, lo que garantiza una amplia difusión del proyecto y sus actividades.

Además, el conjunto de normas del plan de comunicaciones incluirá el requisito de incluir referencias explícitas a la cofinanciación CEF-2 en toda la literatura y actividades, citando específicamente el lema «cofinanciado por el programa CEF-2 de la Unión Europea» en cualquiera de las comunicaciones públicas del proyecto.



1. Identidad corporativa

Objetivo general	Definir la imagen del proyecto para permitir su identificación visual para el sitio web y otros documentos
Objetivos definidos	Identificación
Audiencias objetivo	Todos
Desarrollo de la acción	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar un breve listado de las características del proyecto y otros elementos relevantes a su nombre e identidad • Enviar la información a tres empresas de diseño gráfico y solicite presupuesto. • Ordenar el nombre y los gráficos de la empresa de diseño gráfico seleccionada de acuerdo con el presupuesto.
Período	<ul style="list-style-type: none"> • Desde: Octubre de 2022 • A: Marzo de 2023
Producto resultante	Identidad visual del proyecto para el sitio web

2. Materiales informativos

Objetivo general	Informar al público en general y posibles colaboradores.
Objetivos definidos	Destacar la importancia del proyecto y los resultados esperados
Audiencias objetivo	Público en general y colaboradores interesados.
Desarrollo de la acción	Elaborar distintos materiales (infografías, videos, folletos en papel y digital, cartelería...) para presentar la información esencial sobre el proyecto. Estará disponible en impresión y formato digital, para ser utilizado en eventos.
Período	Desde: Diciembre de 2022
Producto resultante	Infografías, vídeos, folletos en español e inglés...

3. Medios de comunicación

Objetivo general	Mantener informados a las partes interesadas y al público en general a través de artículos y conferencias en los medios de prensa.
Objetivos definidos	Para informar sobre los hitos del proyecto y los resultados alcanzados
Audiencias objetivo	Público en general
Desarrollo de la acción	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicados de prensa con información sobre los diferentes proyectos aprobados o los hitos alcanzados. • Todos los documentos de prensa incluirán una referencia a la cofinanciación de la UE.
Período	<ul style="list-style-type: none"> • Desde: Octubre de 2022 • A: Hasta el final del proyecto
Producto resultante	Comunicados, artículos y entrevistas en los medios de prensa

4. Sitio web

Objetivo general	Mantener al público informado de las acciones, desarrollos y resultados relacionados con los proyectos.
Objetivos definidos	Para ofrecer información actualizada y continua
Audiencias objetivo	Todos
Desarrollo de la acción	Utilizar la web zalmurcia.es en una web pública bilingüe (español-inglés) con secciones diferenciadas para dar a conocer el desarrollo y las fases del proyecto.
Período	Desde: Octubre de 2022 A: el sitio web se mantendrá según sea necesario.
Producto resultante	Sitio web actualizado

5. Redes sociales

Objetivo general	Mantener informados a las partes interesadas y al público en general a través de las redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn) sobre los eventos públicos o los resultados del proyecto
Objetivos definidos	Información sobre el desarrollo y progreso del proyecto, así como eventos futuros de interés.
Audiencias objetivo	Público en general/Stakeholders
Desarrollo de la acción	El beneficiario utilizará sus perfiles corporativos en redes sociales destacando los hitos de progreso más relevantes del proyecto
Período	<ul style="list-style-type: none"> • Desde: Diciembre de 2022 • A: Hasta el final del proyecto
Producto resultante	Publicaciones referentes al proyecto

6. Acciones publicitarias.

Objetivo general	Difusión del proyecto a través de acciones publicitarias
Objetivos definidos	Destacar la importancia del proyecto y los resultados esperados
Audiencias objetivo	Público en general
Desarrollo de la acción	Realización de inserciones publicitarias para dar a conocer el proyecto,
Período	Desde: Diciembre de 2022
Producto resultante	Anuncios en prensa, cuñas de radio, banners...

7. Actividades de difusión

Objetivo general	Involucrar a las partes interesadas en el proceso, especialmente el sector logístico y los principales sectores de exportación
Objetivos definidos	Para informar sobre los hitos del proyecto y los resultados alcanzados
Audiencias objetivo	Partes interesadas
Desarrollo de la acción	Se llevarán a cabo actividades de difusión específicas para involucrar a las partes interesadas en el proyecto.
Período	<ul style="list-style-type: none"> • Desde: Octubre de 2022 • A: Hasta el final del proyecto
Producto resultante	Actividades desarrolladas

8. Comités de dirección

Objetivo general	<ul style="list-style-type: none"> • Asumir la gestión técnica del proyecto mediante el seguimiento y la coordinación técnica de la ejecución de las obras y la resolución de las cuestiones consuetudinarias que puedan surgir en relación con el progreso del proyecto. • Asumir la gestión administrativa del proyecto y el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la financiación de la UE.
Objetivos definidos	Para informar sobre los hitos del proyecto y los resultados alcanzados
Audiencias objetivo	Entidades públicas y privadas
Desarrollo de la acción	Coordinar las actividades técnicas, administrativas y de comunicación del proyecto a través de un subcomité Técnico y de Coordinación (TC).

Período	Se invitará a las entidades públicas y privadas que participen en el proyecto a participar en la labor del Subcomité Técnico y de Coordinación.
	<ul style="list-style-type: none"> • Desde: Octubre de 2022 • A: Hasta el final del proyecto
Producto resultante	Actas de las reuniones

6. Indicadores de información y publicidad.

Aspectos a destacar:

El beneficiario de la ayuda es responsable de recoger la información correspondiente a las distintas acciones de comunicación llevadas a cabo por él o por una de las partes implicadas en el proyecto.

Todas las actuaciones contarán con registros documentales o fotográficos (fotografías de eventos, material publicitario impreso, grabaciones, cuñas de radio, comunicados de prensa, etc.)

Cada acción publicitaria se calculará en su indicador correspondiente.

Actuaciones	Descripción	Indicadores
Actividades y Eventos Públicos	1. Seminarios. 2. Jornadas de Información. 3. Eventos de presentación o inauguración.	Indicador de producción: Número de eventos celebrados. Indicador de resultados: Número de asistentes a esos eventos.
Difusión y Medios de Comunicación	Acciones de difusión en los medios de	Indicador de producción: Número de actos de difusión.

	comunicación (TV, Prensa, Radio, Internet y redes sociales, comunicados de prensa,...) utilizadas individualmente o como parte de una campaña publicitaria.	
Publicaciones	Publicaciones publicadas en papel o en formato electrónico (libro, folleto, revista, CD...)	Indicador de producción: Número de publicaciones externas.
Información a través de página web y redes sociales	Publicación de comunicados de prensa en página web y redes sociales.	Indicador de producción: Número de publicaciones en página web y redes sociales. Indicador de resultados: Número de visitas.
Información a través de cualquier tipo de carteles o material publicitario	Medios utilizados con fines publicitarios, ya sean carteles, vallas publicitarias,...	Indicador de producción: Número de carteles, vallas publicitarias,...

7. Presupuesto.

El presupuesto estimado para las actividades de comunicación será de 25,000 EUR (2022-2025).

