



Co-funded by
the European Union



LIFE COSTAdapta

D6.1_D15

“Information and Communication Plan (IC Plan)”

Fecha de presentación: noviembre 2023

Proyecto: 101113851I

Subprograma LIFE Acción por el Clima (LIFE-2022-SAP -CLIMA)

Adaptación al Cambio Climático

Descargo de responsabilidad:

"Cofinanciado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o CINEA. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención pueden ser consideradas responsables de las mismas".

Acrónimo del proyecto	LIFE COSTAdapta
Duración del proyecto (meses)	84
Fecha de inicio	01/07/2023
Organización coordinadora	Consejo Insular de Energía de Gran Canaria (CIEGC) del Cabildo de Gran Canaria
Número de socios	8

INDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	5
2. CONTEXTO DEL PROYECTO	5
3. ANÁLISIS DAFO	6
4. COMUNICACIÓN DE CRISIS	9
5. PÚBLICO OBJETIVO	10
6. OBJETIVOS	11
7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	13
8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN	15
8.1. Herramientas de difusión offline	15
8.2. Herramientas y canales de difusión online	18
9. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	21
9.1. Logo LIFE COSTAdapta	21
9.2. Página web del proyecto	23
9.3. Redes Sociales	24
9.4. Notas de Prensa	26
9.5. Folletos y otros materiales promocionales de difusión	30
9.6. Roll Up	32
10. HOJA DE RUTA	33
10.1. Calendario días internacionales 2023	33
10.2. Calendario de eventos 2023	34
10.3. Calendario 2024	35
11. INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPIS)	36
11.1. Herramientas de evaluación	36
11.2. Indicadores clave de rendimiento (KPI)	37

Historial de cambios

versión	Descripción	Propietario (responsable)
1.0	T.6.1. Plan de Información y Comunicación (IC) (1er Informe)	Juan Manuel Revuelta (Director General, FINNOVA, Responsable) Patricia Cavanillas de Bustillo (Directora de Comunicación, Autor)

1. RESUMEN EJECUTIVO

Este entregable recoge el Plan de Comunicación (IC) del proyecto cofinanciado por el Programa LIFE COSTAdapta. El desarrollo de estos planes tiene como objetivo estructurar toda la información relacionada con el proyecto, de manera que pueda tener una estrategia coordinada entre los socios.

Este documento se mantendrá actualizado a lo largo del desarrollo del proyecto para reflejar cualquier avance. Incluye: el contexto del proyecto, el análisis DAFO, el público destinatario, los objetivos, las estrategias de comunicación, las herramientas de difusión, el kit de herramientas de comunicación, la hoja de ruta y los indicadores clave de rendimiento.

2. CONTEXTO DEL PROYECTO

Alrededor de un tercio de la población de la UE vive a menos de 50 km de la costa. El nivel extremo del mar en Europa podría aumentar hasta un metro o más a finales de este siglo. Sin medidas de mitigación y adaptación, los daños anuales por inundaciones costeras en la UE y el Reino Unido podrían aumentar bruscamente de los 1.400 millones de euros actuales a casi 240.000 millones en 2100. En torno al 95% de estos impactos podría evitarse mediante una mitigación moderada y la elevación de diques en los lugares del litoral donde existen asentamientos humanos y zonas de importancia económica.

El objetivo principal del proyecto LIFE COSTAdapta es abordar la adaptación de la costa de Gran Canaria a la subida del nivel del mar mediante una metodología innovadora. Para ello, se pretende diseñar y ensayar un sistema innovador y progresivo de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef), que utilice, parcialmente, la técnica tradicional de construcción de charcos de marea, elementos comunes en las Islas Canarias y el resto de la Macaronesia, para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático. Estos arrecifes-pozas mareales muestran una interesante eficacia frente a la acción del mar y sus efectos devastadores sobre la costa.

LIFE COSTAdapta propone el diseño de una charca mareal intermareal, compuesta por tres unidades que generan un complejo sistema en red. De este modo, el arrecife propuesto multiplica la eficacia observada actualmente en los arrecifes mareales tradicionales. Esto proporciona un mayor efecto de protección costera y un mayor número de espacios para favorecer la preservación de la

biodiversidad marina costera, complementado con el uso de un material innovador (ECONcrete®) de probada eficacia en la mejora de la biodiversidad.

En resumen, este proyecto pretende implantar este innovador sistema, demostrando su funcionamiento y eficacia en unas condiciones dadas, y obteniendo como metodología que pueda ser replicada en otras zonas en riesgo por los efectos de la subida del nivel del mar, no sólo en Gran Canaria, sino también en el resto de las islas del archipiélago y otras regiones ultraperiféricas como Madeira y Azores.

LIFE COSTAdapta es un proyecto del subprograma Adaptación al cambio climático del Programa LIFE con una duración de siete años (84 meses) y un presupuesto de 3.409.864 euros, de los que 2.045.818 euros serán subvencionados por la Comisión Europea con el objetivo de proporcionar una solución validada de adaptación a la subida del nivel del mar.

En este documento se presenta el Plan IC para el proyecto LIFE COSTAdapta. Como todo plan de comunicación, esta es la base, pero recomendamos que sea ágil y dinámico, lo que nos permitirá alcanzar los objetivos marcados en este LIFE.

3. ANÁLISIS DAFO

Una vez contextualizado el proyecto, se ha considerado relevante esbozar los factores internos (debilidades y fortalezas), aquellos basados en los que pueden ser gestionados directa o indirectamente por la propia organización, y los factores externos (amenazas y oportunidades), que se centra en los que no pueden ser controlados por el proyecto para facilitar la elaboración de un Plan Estratégico.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto está liderado por el Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria, (CIEGC) perteneciente al Cabildo de Gran Canaria, que tiene una amplia experiencia en proyectos LIFE • Enfoque innovador desde técnicas tradicionales • Impacto positivo en el sector turístico local, la generación de empleo y, por tanto, en el desarrollo de la economía local • Consorcio con expertos multidisciplinares, lo que permite mayor rigor y amplitud en los resultados del proyecto • Se cuenta con expertos en biología marina (ECONcrete AQUA) • Las charcas-arrecife de marea están diseñadas para ser duraderas, gracias a una elección óptima de los materiales y al sistema de recrecimiento. • No destruye las condiciones de uso de la costa (surf, baño...) • Mejorará la resiliencia y sostenibilidad de la costa con sus piscinas • Aporta medidas innovadoras de adaptación al cambio climático • Rompe la ola antes de que llegue a la orilla 	<ul style="list-style-type: none"> • Se necesita máxima colaboración entre los diferentes agentes • Cualquier cambio implica defensores y detractores • Muchos ciudadanos son contrarios a cualquier tipo de actuación que implique cambios • Dependencia en gran medida de la subvención de la UE a través del Programa LIFE
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La sociedad demanda cada vez más entornos sostenibles, adaptables y seguros • Incremento del turismo en la zona: Las piscinas-arrecifes mareales servirán de zona de acceso al mar y de ocio y para uso recreativo de la población local y turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Mentalidad ciudadana: ciertos ciudadanos se oponen a cualquier tipo de actuación que implique cambios • Tratándose de un proyecto con una duración de 7 años, podría enfrentar desafíos en términos de gestión y sostenibilidad a largo plazo

<ul style="list-style-type: none"> • Las piscinas mareales, como elemento tradicional de la isla, se integran perfectamente en el paisaje y, como ventaja añadida, su diseño permite la proliferación de la biodiversidad • Se sabe que es probable que las pérdidas por inundaciones marinas en las ciudades costeras europeas aumenten en el futuro si no se toman medidas de adaptación • Las charcas mareales son ampliamente utilizadas en la región macaronésica, siendo de gran relevancia en aquellas costas con menor disponibilidad de litoral arenoso, como las islas de origen volcánico • Mejora las condiciones naturales de protección de la costa (playa de cantos rodados) • Las charcas-arrecife mareales antropogénicas representan una alternativa controlada para la gestión del litoral rocoso, no sólo para el uso y disfrute de los ciudadanos, sino también como recurso alimentario y para la protección del patrimonio existente • Es adaptable y ampliable en el futuro: con la colaboración con socios europeos e internacionales, se favorece la transferibilidad y réplica del proyecto a otras zonas costeras que se enfrenten a desafíos similares 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de tener que enfrentarse a la resistencia local a la implementación del proyecto, especialmente si los residentes no están completamente informados sobre los beneficios a largo plazo o si el proyecto causa molestias temporales • Riesgo ambiental: necesidad de ser extremadamente cuidadosos para evitar causar daños a los ecosistemas existentes en la construcción de los arrecifes artificiales
---	---

4. COMUNICACIÓN DE CRISIS

El Proyecto LIFE COSTAdapta tendrá, sin duda, detractores (vecinos, organizaciones no gubernamentales, asociaciones, activistas, etc). Se debe tener por tanto preparado con antelación un documento que recoja los principales mensajes a trasladar e incluso, llegado el momento, las soluciones y/o alternativas para los “afectados”.

Tener un plan de comunicación de crisis es fundamental para gestionar imprevistos. Saber qué, cuándo y cómo transmitir un mensaje en tiempos de incertidumbre puede marcar la diferencia en la reputación del proyecto en el mercado. El éxito de una gestión de crisis reside en tener en cuenta a todos los públicos afectados.

Un plan de comunicación de crisis es un documento en el que se describen las **acciones que se toman para hacer frente a una emergencia o situación difícil de forma organizada**. Es como un manual de instrucciones que ayudará en momentos inesperados. Es el momento de comunicar con transparencia, de transmitir confianza y credibilidad. Un plan de comunicación de crisis dará todas las coordinadas necesarias para poner en marcha acciones que mantengan todo bajo control.

Una vez identificados los riesgos, debemos elaborar los mensajes a difundir. Aunque pensemos que este ejercicio es difícil de completar ante un suceso que no ha ocurrido aún, siempre podemos anticiparnos teniendo listo diferentes argumentos.

En esta misma línea se elaborará un documento con las “**Nasty Questions**” o preguntas difíciles o incómodas que puedan surgir. Es imprescindible acordar los mensajes a trasladar. En este punto, planteamos algunas de las preguntas que pueden surgir a lo largo del proyecto:

- ¿Hasta qué punto puede afectar la construcción de los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef), a la destrucción y deterioro del entorno natural y del ecosistema marítimo?
- ¿Cómo podemos estar seguros de que los materiales reciclados, empleados para la construcción de los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef) van a ser lo suficientemente resistentes y no van a ensuciar el agua?
- ¿Qué impacto puede tener la construcción de los arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef), en el turismo?

- ¿Por qué los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef), tienen forma de hexágono y no una forma que se integre mejor con el entorno para que estén más disimuladas?
- ¿Cuál es el coste a asumir para que se pueda llevar a cabo la construcción de los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef)?
- ¿Quién se va a encargar de decidir en qué playas se van a construir dichos arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef)? ¿Se excluirán aquellas playas con más turistas?
- ¿Cuál será la justificación cuando los turistas en busca de playas salvajes y entornos naturales se encuentren con la construcción de los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef)?
- ¿Por qué en vez de construir estos arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef), no se puede traer simplemente más arena, como ocurre en otras playas dónde está aumentado la marea?
- ¿No son los arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef), un peligro para todas las personas que quieran practicar deportes acuáticos (surf, windsurf, etc.) ya que existe riesgo de choque?

5. PÚBLICO OBJETIVO

Tras el análisis del contexto y el diagrama DAFO, se han detectado e identificado una serie de actores en el sector. La importancia de mapear el público objetivo radica en tratar de segmentar estratégicamente el mercado potencial al que se dirige cualquier estrategia. A continuación, se presenta la relación entre el público, diferenciado en dos tipos: interno y externo.

Hay que tener en cuenta que para cada una de estas metas se establecerán una serie de objetivos, así como estrategias y tácticas de comunicación que permitan llegar a ese público. El IC Plan se dirige a un amplio abanico de partes interesadas, incluyendo administraciones públicas, organizaciones sin ánimo de lucro y organizaciones privadas. LIFE COSTAdapta servirá como validación, demostración y despliegue.

Destinatarios externos: para llegar a estos destinatarios, los mensajes deberán ser claros y concisos, explicando las ventajas y sopesando cualquier tipo de inconveniente que puedan ver al sentirse “invadidos” por un prototipo. Asimismo, entrará en juego el diálogo, la participación de los actores en actividades, jornadas de concienciación y explicación de los pormenores de la construcción e instalación de los prototipos. Es importante involucrar a todos desde el principio, hacerles partícipes de las ventajas que aportará tanto para la zona como, principalmente, para sus

viviendas

- Empresas del sector turístico-de la zona. Hostelería, tiendas, etc.
- Vecinos de las zonas “afectadas” que viven en la costa.
- Ciudadanos en general del pueblo o de la isla.
- Expertos, profesionales y personas influyentes.
- Expertos del medio marino y cambio climático.
- Investigadores.
- Administraciones locales, regionales, nacionales y europeas.
- Medios de comunicación y redes sociales.
- ONG medioambientales.

Destinatarios internos:

- Beneficiarios del proyecto y partes interesadas.
- Responsables de la gestión y coordinación del Programa LIFE y CINEA.
- Beneficiarios asociados e investigadores y otro tipo de personal implicado.

6. OBJETIVOS

La elaboración de un IC Plan es fundamental en el marco de los proyectos LIFE. El objetivo es dar a conocer el proyecto a la sociedad para que ésta tenga la capacidad de establecer un diálogo con las instituciones encargadas de llevarlo a cabo, respondiendo así a la exigencia de transparencia y retroalimentación de la UE.

Para que una estrategia de comunicación y difusión sea eficaz, es fundamental determinar líneas de actuación delimitadas. Por ello, todas las actividades de comunicación y difusión que se lleven a cabo durante el desarrollo del proyecto se basarán en objetivos SMART (Specific, Measurable, Attainable, Time-bound).

El Plan de Comunicación del proyecto establecerá las actividades de comunicación durante la vida del proyecto y después. Este Plan impulsará el posicionamiento en las regiones ultraperiféricas europeas, y es necesario para:

- Difusión de los resultados del Proyecto.
- Difusión de los conocimientos y buenas prácticas adquiridas.

- Servir como medio de referencia sobre la importancia y beneficios de la replicación del modelo en otras zonas europeas.

Los principales puntos que se tendrán en cuenta en este plan son:

- Establecer los objetivos y resultados
- Determinar el público destinatario de cada actividad
- Identificar los mensajes clave que deben comunicarse
- Seleccionar los canales para comunicar esos mensajes.
- Diseñar herramientas de comunicación
- Asistir a conferencias relacionadas con el tema
- Organizar actos para el público y los expertos
- Cooperar con sus organizaciones, que serán tenidas en cuenta para ampliar las actividades de comunicación.
- Detallar las actividades, elaborar un plan de ejecución y crear un informe posterior al proyecto.

Todas las actividades y acciones para realizar en materia de comunicación están planificadas para asegurar su continuidad y basadas en la estrategia de objetivos SMART (Specific, Measurable, Attainable, Time-bound, Measurable). Por lo tanto, están dirigidos a alcanzar los objetivos relacionados con la replicabilidad y transferibilidad de los resultados del proyecto, junto con las recomendaciones y requisitos del Programa LIFE. También es importante establecer objetivos de comunicación interna para coordinar las acciones.

Así pues, aparte de los objetivos mencionados, los objetivos internos y externos del IC Plan son los siguientes:

Objetivos de comunicación externa

- Comunicar los objetivos del proyecto y sus beneficios a las partes interesadas.
- Impulsar el posicionamiento del sistema innovador de arrecifes-charcos de marea (Tidal pool-reef), para la adaptación progresiva de la costa de Gran Canaria al cambio climático, en el mercado de la UE, estableciendo estrategias de comunicación de marca y campañas para ampliar la audiencia.
- Crear una gran notoriedad del proyecto LIFE COSTAdapta y generar un mercado global en el que los actores de la UE desempeñen un papel clave.
- Convertirse en una fuente de información fiable para los ciudadanos y los investigadores

verdes con todas las acciones de comunicación, demostrando la importancia de los arrecifes-charcas de marea para la costa de Gran Canaria.

- Construir una comunidad de personas comprometidas con el fortalecimiento de la resiliencia de las zonas costeras ante el aumento del nivel del mar, y el fomento de la creación de hábitats característicos de estas áreas.
- Compartir información de interés periodístico con otros proyectos LIFE y no LIFE, organizaciones fuertes e industrias relacionadas con este proyecto y el programa de financiación LIFE, dándoles visibilidad y apoyo.

Objetivos de la comunicación interna

- Sistematizar la comunicación entre los beneficiarios, especialmente entre el beneficiario principal, el Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria, ya que es esencial para la correcta gestión y ejecución del proyecto.
- Mantener informados a los beneficiarios sobre las acciones conjuntas y las obligaciones administrativas, financieras, de seguimiento y evaluación mediante una herramienta de gestión o comunicación del Proyecto.

7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La definición de estrategias de comunicación y difusión es clave para generar contenidos que cumplan eficazmente los objetivos del proyecto. La planificación favorece la creación continua y cohesionada de contenidos, consolidando la imagen de marca del proyecto. La estrategia de comunicación y difusión busca atraer a la audiencia, pero también difundir un mensaje de calidad que aporte contenidos valiosos, que les enganche, para que se impliquen.

En consonancia con los públicos y objetivos estratégicos planteados, este Plan se basa en las tres dimensiones estratégicas siguientes:

- **Comunicación pública:** esta dimensión estratégica de comunicación se presenta como el escaparate más atractivo para hacer visible el proyecto, incrementando su rendimiento actual. En esta comunicación colaborarán todos los socios del proyecto, en diferentes medidas y escenarios. Las universidades con la parte más científica y didáctica del proyecto, explicando cómo será, cómo quedará y las ventajas que pueda tener sobre el entorno, el cambio climático

y el hábitat de la zona: las Fundaciones (Canarias Recycle y Finnova) trabajarán juntas para la concienciación a través de jornadas, encuentros, materiales de difusión, etc. Los contenidos publicados en RRSS también serán reutilizados por los socios a través de sus propios canales, con lo que se multiplicará exponencialmente la difusión de mensajes.

- **Comunicación institucional:** en relación con los grupos de interés y la colaboración. Las colaboraciones y relaciones que la academia puede crear con el sector público y privado. Esta es una de las principales dimensiones, dado que el objetivo principal es la difusión de los resultados del proyecto, la diseminación del conocimiento adquirido y las buenas prácticas, y servir como medio de referencia sobre la importancia y los beneficios de la replicación del modelo en otras áreas europeas.
- **Comunicación corporativa:** decisiones corporativas relacionadas con la identidad del proyecto, como cambios de imagen, dirigidas a todo el mapa de *stakeholders*. Las acciones de este tipo de comunicación responden al objetivo de posicionar y aumentar la visibilidad del proyecto.

Las estrategias de comunicación a implementar son las siguientes:

- **Comunicación directa:** es la estrategia más importante porque es la que permite alcanzar los tres objetivos marcados en cuanto a sensibilización, posicionamiento y escalado de la tecnología utilizada en este proyecto.
- **Comunicación social / trabajo en red:** también se activará a través del público objetivo, que se centra en la sensibilización de los ciudadanos, socios, etc. a través de eventos o talleres organizados gracias a las sinergias con otros proyectos de la UE, el Programa LIFE o incluso CINEA. Una consecuencia añadida de estas colaboraciones es que podrían impulsar positivamente la posibilidad de ampliar el proyecto a otras regiones europeas o a escala internacional. Se buscarán actividades con otros proyectos europeos: sesiones de creación de redes, intercambio de buenas prácticas, participación de las partes interesadas en el proyecto. Se fomentará la participación activa de las partes interesadas en todas las actividades.

- **Comunicación a través de los medios de comunicación:** la relación con los medios de comunicación se tendrá en cuenta a la hora de planificar las acciones debido a su versatilidad y amplitud a la hora de conseguir una mayor notoriedad. De hecho, esta estrategia de comunicación es complementaria a la comunicación directa y a los medios sociales, reforzándose mutuamente.

Aparte de estas estrategias, teniendo en cuenta las directrices del Programa LIFE, la estrategia de comunicación debe ser permeable, flexible y dinámica para estar informado y hacer que todo el público objetivo se sienta atraído por el proyecto y su moderna tecnología. El contenido de los mensajes se ajustará y adaptará a cada público.

8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN

El informe incluye las herramientas de difusión que se utilizarán para el proyecto LIFE COSTAdapta, diferenciando entre canales offline y online. Hay que tener en cuenta que todos los contenidos irán seguidos de la imagen corporativa del proyecto, es decir, el logotipo del proyecto y el logotipo del Programa LIFE (cofinanciado por la Unión Europea). Asimismo, se utilizarán imágenes que expliquen cómo está actualmente la costa y cómo quedará con el prototipo.

8.1 Herramientas de difusión offline

- **Medios de comunicación:** a través de las sinergias de los beneficiarios con los medios de comunicación, se buscarán referencias de LIFE COSTAdapta en los medios europeos e internacionales. La sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente son temas clave que los actores y partes interesadas de la UE están debatiendo. El proyecto necesita ser activo y convertirse en una referencia en la construcción de este tipo de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef).
- **Medios especializados como revistas:** las publicaciones generadas se expondrán y pondrán a disposición de la comunidad científica. Se publicará en revistas revisadas por expertos en temas específicos, que tendrán importantes aportes para el mundo académico y científico.

- **Eventos y seminarios:** la participación y eventos organizados por el proyecto serán útiles para la comunicación del mismo. Con foros y representaciones nacionales e internacionales, como Transfiere, Greencities, FITUR, y eventos paralelos en el marco de algunas Semanas Europeas como la Semana Europea de las Regiones y Ciudades, la Semana Verde, la Semana Sostenible de las Regiones y Ciudades, entre otras, aportarán visibilidad al proyecto. Hay que mencionar que este tipo de eventos son materiales de comunicación perfectos para ser difundidos internamente y a través de medios externos.
- **Otras herramientas y actividades:**
 - **PODCAST:** se ha convertido en uno de los formatos de contenido más populares en la actualidad. Todos los podcasts sirven para cautivar a su público objetivo, permitiéndole disfrutar de sus contenidos de una manera fácil, accesible y libre. Para dar a conocer el proyecto y llegar a un público más amplio, se realizarán podcasts tanto con los socios del proyecto como con las partes interesadas, instituciones, etc. Los podcasts explicarán de una forma amena y didáctica en qué consiste el proyecto y contarán con la participación del mayor abanico posible de portavoces: del mundo académico, científico, medioambiente, marino, turístico, etc. Se podrían buscar también portavoces con una comunidad de seguidores ya formada (influencers en sostenibilidad, por ejemplo) a los que explicar el proyecto y que puedan llegar a participar. De esta forma podríamos llegar a un público más amplio y sensibilizarlos sobre el proyecto. Serán podcasts cortos, de unos 10 o 15 minutos de duración, con una periodicidad mensual al principio, pudiendo ser quincenal a medida que avance el proyecto
 - **PREMIOS:** estaremos atentos a todos aquellos premios nacionales, europeos e internacionales en los que el proyecto pueda presentarse como ejemplo de buenas prácticas en cambio climático, mejora de las costas, conservación del hábitat. En este sentido, estudiaremos la posibilidad de presentarnos a los Premios Europeos a la Promoción Empresarial (EEPA), que se convocan anualmente, entre otros.
 - **STARTUP EUROPE AWARDS (SEUA)** es una iniciativa promovida por la Comisión Europea, apoyada por el Comité de las Regiones y el Parlamento Europeo e implementada por la Fundación Finnova en colaboración con Startup Europe. Se trata de una herramienta de innovación abierta que permite a las empresas identificar startups con talento capaces de resolver retos actuales en múltiples áreas. La misión es ayudar a las

Startups y Scaleups a ser más eficientes, inteligentes y exitosas. Estos premios son una herramienta extremadamente útil para promover el intercambio de conocimientos, añadir valor al ecosistema emprendedor y ayudar a las startups a crecer y posicionarse en el mercado. La Fundación Finnova cuenta con un equipo técnico (equipo SEUA) que ya ha apoyado la celebración y puesta en marcha de varios éxitos. LIFE COSTAdapta SEUA se organizará para resolver retos relacionados con el objetivo del proyecto. Estos premios suponen una importante acción de comunicación y son muy bien recibidos por el mundo empresarial. Se trataría de crear un reto y premiar la mejor solución:

- La Fundación Finnova colabora con **Technovation Girls** a través de una serie de retos, vinculados a proyectos reales de los que Finnova es socio y que están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. Estos retos están abiertos a la participación de jóvenes de cualquier género, con la única condición de que los grupos estén liderados por chicas, contribuyendo al empoderamiento de las jóvenes. El objetivo de este concurso es crear grupos de niñas y jóvenes de entre 10 y 18 años para que, con la ayuda de un mentor, desarrollen una aplicación móvil (app) que ayude a resolver un problema social alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De esta manera, de forma divertida y didáctica, las niñas aprenden conceptos de programación, desarrollo de apps, elaboración de un plan de marketing e investigación de mercados, además de conocer los problemas sociales que afectan a sus comunidades.
- **Sostenibilidad y networking.** Dentro de las acciones de comunicación, se buscarán sinergias con otros proyectos europeos, como por ejemplo LIFE IP AZORES NATURA, LIFE GARCHICO, mediante su participación en seminarios y eventos del Proyecto LIFE COSTAdapta. No solamente se tendrá en cuenta proyectos LIFE, sino que se incluirá la participación de todos aquellos programas que puedan aportar conocimiento, intercambio de buenas prácticas, sinergias de cara al futuro con otros países europeos. Además, estos contactos permitirán a su vez al proyecto LIFE COSTAdapta estar presente en otros webinarios y charlas y poder participar así en una mayor cantidad de actividades de difusión y diseminación. De esta manera, el proyecto tendrá más alcance durante sus años de vida y podrá seguir siendo evocado cuando finalice pudiéndose explotar sus resultados. También nos apoyaremos en las posibilidades que ofrece el programa LIFE y CINEA en materia de comunicación, haciéndoles partícipes de nuestros eventos e informándoles de todo lo que hagamos. Asimismo, LIFE Amplifiers será también un gran

aliado en este camino. Por otro lado, buscaremos testimonios científicos y académicos que pongan en valor la necesidad y objetivos de LIFE COSTAdapta, haciéndoles participar en seminarios, publicando artículos en medios de comunicación y buscando difusión en RRSS. Del mismo modo, se crearán sinergias con la sociedad, desde los jóvenes en las escuelas hasta los adultos a través de charlas y debates. Este trabajo será realizado por todos los socios, en las diferentes vertientes que manejen (mundo académico, científico o de concienciación).

- **Material impreso**, como folletos, roll-ups y sellos, que se elaborará para informar sobre las acciones del proyecto durante los actos, sensibilizar e invitar al público destinatario a participar.

8.2 Herramientas y canales de difusión en línea

- **Página web del proyecto** que se incluirá al menos en las páginas web del beneficiario principal y de Finnova como responsable de la comunicación: esta página web será el espacio principal de material de difusión de LIFE COSTAdapta, donde se publicarán artículos, folletos, logotipos, notas de prensa, etc. Estará abierta al público, siguiendo las pautas de accesibilidad WCAG para lograr un mayor alcance. Cabe mencionar que el contenido estará disponible en ambos idiomas, español e inglés. No obstante, esto no implica que todos los posts o contenidos deban realizarse en estos dos idiomas, sino que pueden utilizarse indistintamente.

En la página web, el público tendrá acceso a un resumen del proyecto, su objetivo, descripción del proyecto, actividades, socios, noticias y también incluirá un descargo de responsabilidad siempre que se utilice el logotipo de financiación, expresando que los puntos de vista y opiniones no reflejan necesariamente los de la UE, Programa LIFE o CINEA y que no son responsables de los mismos.

- **Redes sociales**

Twitter: esta cuenta se utilizará para publicar todo el contenido que se suba al sitio web. Durante la creación de este contenido se utilizarán hashtags relacionados con el tema y etiquetas (Programa LIFE, CINEA, socios y otras partes interesadas). También se considerará el uso de la nueva campaña **LIFE Amplifiers** del Programa LIFE, por lo que

el contenido publicado también será visto y reenviado desde su cuenta oficial. En cuanto a la red social, se llevarán a cabo acciones específicas como:

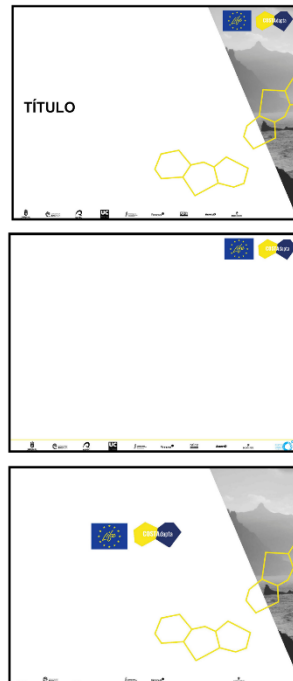
- Consultas públicas sobre opiniones, cuestiones técnicas y sensibilización.
- Imágenes relacionadas con el proyecto.
- Vídeos relacionados con el Proyecto.
- Acciones creativas específicas para esta red social.
- Tweets en directo cuando hay eventos/seminarios presenciales y en línea del Proyecto.

LinkedIn: la audiencia es especialmente profesionales y personas con formación académica en ciencia, política y medio ambiente. El objetivo es transmitir información fiable y de interés periodístico o una recopilación de los eventos. LinkedIn también tendrá la finalidad de captar investigadores, otros proyectos y futuros empleados. Estas son algunas de las acciones que se desarrollarán:

- Consultas con la opinión pública, cuestiones técnicas y sensibilización.
- Respuestas a las menciones al Proyecto
- Imágenes relacionadas con el contenido.
- Vídeos relacionados con el contenido.
- Acciones específicas para la red profesional.

Facebook: aunque la audiencia en esta red social está disminuyendo, LIFE COSTAdapta compartirá posts de la página web y de los posts de LinkedIn.

- **Layman's report:** se publicará en inglés y en español y en formato digital con un contenido visual y preciso relacionado con los aspectos más destacados y los detalles del proyecto. También incluirá el desarrollo y su puesta en práctica.
- **Plantilla de presentación del proyecto:** esta presentación general en formato Power Point se realizará en inglés y español e incluirá una visión general de LIFE COSTAdapta.



- **Videos del proyecto:** material corporativo que se mostrará en seminarios y eventos similares. Se irán haciendo vídeos corporativos a medida que vaya avanzando el proyecto, con imágenes reales de la costa. Asimismo, se irán haciendo micropíldoras en video para RRSS, contando con la participación de socios que vayan explicando el proyecto y otros interlocutores y expertos que puedan aportar su visión. Los eventos serán retransmitidos y subidos posteriormente al canal de YouTube del proyecto con el objetivo de contar con una videoteca que pueda ser visualizada en todo momento.
- **Newsletter:** esta acción de comunicación se realizará dos veces al año, e incluirá los avances del proyecto en formato digital y en inglés. Se distribuirá a las personas suscritas a la página web y a las redes sociales. El boletín recogerá noticias, eventos y convocatorias relacionadas con el proyecto, de forma que será como un resumen realizado durante esos seis meses.
- **Dossier de prensa:** se trata de un material documental a disposición de los medios de comunicación. Este dossier de prensa puede ser utilizado a modo de carta de presentación e incluirá datos básicos del proyecto, respondiendo a las preguntas básicas que ayuden a un periodista a entender el proyecto: quiénes somos, qué hacemos, cómo lo hacemos, qué queremos conseguir, cuáles son las ventajas, etc etc. Este dossier de prensa se subirá a la web del proyecto en formato electrónico para que pueda ser descargado por cualquier periodista o persona interesada en conocer en profundidad el proyecto.

Además de estos canales de difusión online y offline del proyecto, cada uno de los socios publicará en sus páginas web y redes sociales los contenidos propuestos.

9. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

A continuación, se presenta una serie de herramientas de comunicación a disposición de todos los miembros del consorcio. Esta sección pretende facilitar la generación de contenidos de difusión cohesionados a todos los socios. El conjunto de herramientas se utilizará en la creación de contenidos siguiendo las directrices establecidas por el Programa LIFE.

9.1. LIFE COSTAdapta logo



El proyecto LIFE COSTAdapta se basa en un diseño innovador y progresivo de arrecifes-charcos de marea para la adaptación progresiva de la costa de Gran Canaria al cambio climático.

A la hora de crear el logo del proyecto se ha tenido cuenta la forma de hexágonos irregulares que poseen los arrecifes-charcos de marea (las piscinas). Aunque realmente existe una serie de hexágonos conectados que se conectan a través de alguno de sus lados, para el logo se han seleccionado únicamente dos de ellos para ser la imagen del proyecto.

Esta unión entre hexágonos de diferentes formas y colores aporta facilidad a la hora de recordar el proyecto y genera impacto visual. Sobre ellos se utiliza la palabra COST en el hexágono amarillo y Adapta sobre el azul, aportando conexión con el uso de la A sobre este segundo.

Colores

Respecto a los colores utilizados se han seleccionado los colores de la bandera del Cabildo de Gran Canaria, ya que de esta forma se asocia a la isla donde se lleva a cabo el proyecto. Y las letras irán

en blanco, que es de fácil lectura sobre los colores corporativos.



#162677



#F6E516

AZUL:

R 37 C 100
G 50 M 88
B 104 Y 29
 K 17

AMARILLO:

R 247 C 8
G 229 M 2
B 21 Y 91
 K 0

Tipografía:

COSTA: irá siempre en mayúscula y Oswald-Bold

dapta: se escribirá en minúscula y Oswald-Extralight

En consonancia con el conjunto de herramientas de comunicación de CINEA para los proyectos cofinanciados por el Programa LIFE, el logotipo LIFE COSTAdapta irá acompañado del siguiente logotipo de la UE con el texto del gran acuerdo:



**Co-funded by
the European Union**

Todas las comunicaciones incluirán también los logotipos del consorcio, en color o en blanco y negro en función del material. Asimismo, se incluirán los logos de los dos departamentos de la ULPGC cuando la comunicación lo requiera.



9.2 Página web del proyecto

Para la difusión del proyecto, se ha creado una pestaña específica en la página del coordinador de comunicación beneficiario (Finnova), donde se realizarán todas las comunicaciones y posts: No obstante, esta web será cambiada y migrada a la web del beneficiario principal (CIEGC).

Finnova: <https://lifecostadapta.finnova.eu/>

Proyecto LIFE COSTAdapta: Diseño de un sistema innovador y progresivo de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef) para la adaptación de la costa de Gran Canaria al cambio climático

El objetivo principal del proyecto LIFE COSTAdapta es abordar la adaptación de la costa de Gran Canaria al aumento del nivel del mar mediante una metodología innovadora. Con este fin, el objetivo es diseñar y ensayar un sistema innovador y progresivo de arrecife-charcos de marea (**Tidal pool-reef**), que utilice, parcialmente, la técnica tradicional de construcción de charcos de marea, elementos comunes en las Islas Canarias y el resto de la Macaronesia, para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático.

[Saber más](#)

El proyecto COSTAdapta, ha recibido financiación de la Unión Europea bajo el acuerdo de subvención número LIFE 101113851.

La información y las opiniones expresadas en esta página son responsabilidad del/los autor(es) y no reflejan necesariamente la opinión oficial de la Unión Europea. Ni las instituciones y organismos de la Unión Europea, ni ninguna persona actuando en su nombre, pueden ser considerados responsables del uso que se pueda hacer de la información contenida en el mismo.

Coordinador: Cabildo de Gran Canaria

Socios del proyecto: CONSEJO INSULAR ENERGÍA, ULPGC Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, UC UNIVERSIDAD DE CANTABRIA, INGENIEROS, raley, ECONCRETE, AAA FUNDACIÓN CANARIAS RECICLY, Finnova

Copyright ©2023 | LIFE/COSTAdapta

9.3 Redes sociales

El proyecto LIFE COSTAdapta tiene una cuenta en las redes sociales en:

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/life-costadapta/>

Instagram: <https://www.instagram.com/lifecostadapta/>

Facebook: <https://www.facebook.com/people/LIFE-COSTAdapta/100095386621956/>

Twitter (X): <https://twitter.com/lifecostadapta>

Además de los medios propios, CINEA y el Programa LIFE también tienen cuentas, por lo que, al difundir el proyecto, se etiquetará a través de:

- Twitter:
 - CINEA: @cinea_eu
 - Programa LIFE: @LIFEprogramme

- LinkedIn
 - CINEA: <https://www.linkedin.com/company/cinea-european-climate-infrastructure-environment-executive-agency/>
 - LIFE Programme: <https://www.linkedin.com/company/lifeprogramme/>

Hay otras cuentas como las de los socios que siempre se mencionarán:

- Twitter
 - Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria: @EnergiaGran
 - Fundación Finnova: @FinnovaEU
 - Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC): @ULPGC
 - Universidad de Cantabria (UC): @uncan
 - EConcrete AQUA: @EconcreteL
 - Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible (FCR): @canariasrecicla

- LinkedIn

- Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria:
<https://www.linkedin.com/company/consejo-insular-de-la-energ%C3%ADa-de-gran-canaria/>
- Fundación Finnova: <https://www.linkedin.com/company/finnovaregio/>
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC):
<https://www.linkedin.com/school/universidad-de-las-palmas-de-gran-canaria/>
- Universidad de Cantabria (UC): <https://www.linkedin.com/school/university-of-cantabria/?originalSubdomain=es>
- INGECID S.L: <https://es.linkedin.com/company/ingecid>
- Raley Estudios Costeros S.C.P.:
<https://www.linkedin.com/company/raleyestudioscosteros/>
- EONconcrete AQUA: <https://www.linkedin.com/company/econcrete/>
- Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible:
<https://www.linkedin.com/company/fundaci%C3%B3n-canaria-para-el-reciclaje-y-el-desarrollo-sostenible-fundaci%C3%B3n-canarias-recicla/>

- Facebook

- Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria
<https://www.facebook.com/energiagrancanaria/>
- Fundación Finnova: <https://www.facebook.com/FinnovaEU>
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC):
<https://www.facebook.com/ULPGC>
- Universidad de Cantabria (UC): <https://www.facebook.com/universidaddecantabria>
- Raley Estudios Costeros S.C.P. <https://www.facebook.com/raleyestudioscosteros/>
- EONconcrete AQUA: <https://www.facebook.com/EONconcreteTech/>
- Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible (FCR):
<https://www.facebook.com/canariasreciclafundacion>

Además, la mayoría de las comunicaciones compartidas en las redes sociales utilizarán los siguientes hashtags:

INGLÉS	ESPAÑOL
#LIFECOSTAdapta	#LIFECOSTAdapta
#ClimateChange	#CambioClimático
#Coasts	#Costas
#TidalPoolReef	#ArrecifeCharcosDeMarea
#CanaryIslands	#IslasCanarias
#Sea	#Mar
#Tourism	#Turismo
#Sustainability	#Sostenibilidad
#LIFEAmplifiers	#LIFEAmplifiers
#Economy	#Economía

También se debe tener en cuenta que todos los posts tendrán enlaces a noticias publicadas en el sitio web de LIFE COSTAdapta o a información o contenidos audiovisuales relacionados.

9.4 Notas de prensa

Para transmitir un mensaje cohesionado a los medios de comunicación, a continuación, se presentan una serie de directrices que incluyen los textos que deben utilizarse en la difusión del proyecto.

Estos son los contenidos que deben aparecer siempre que se comunique el proyecto:

- El nombre del proyecto "LIFE COSTAdapta" y el logotipo cofinanciado del Programa LIFE.
- Los logotipos de los ocho socios y del líder (CIEGC) remarcados.
- Un texto específico indicando el Presupuesto del proyecto y su duración: 3.337.563, 47 € y 84 meses.

Y algunos mensajes útiles del proyecto como:

- ✓ LIFE COSTAdapta es un proyecto europeo que tiene como objetivo abordar la adaptación de la costa de Gran Canaria al aumento del nivel del mar mediante una metodología innovadora

- ✓ LIFE COSTAdapta fortalecerá la resiliencia de las zonas costeras ante el aumento del nivel del mar, al mismo tiempo que fomentará la creación de hábitats característicos de estas áreas.
- ✓ LIFE COSTAdapta busca incrementar la protección natural de la costa sin afectar a su uso local, tan arraigado en Canarias, y al mismo tiempo, contribuir a la conservación de la economía turística en la región.
- ✓ LIFE COSTAdapta, liderado por el Consejo Insular de Energía de Gran Canaria (CIEGC), y cofinanciado en un 60% por el Programa LIFE de la Unión Europea, tendrá una duración de siete años y diseñará y ensayará un sistema innovador y progresivo de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef), que utilice, parcialmente, la técnica tradicional de construcción de charcos de marea, elementos comunes en las Islas Canarias y el resto de la Macaronesia, para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático.

En estos comunicados de prensa se añadirá la siguiente **información sobre los miembros del consorcio y el proyecto (párrafos corporativos)**:

Acerca de LIFE COSTAdapta

LIFE COSTAdapta es un proyecto europeo que busca abordar la adaptación de la costa de Gran Canaria al aumento del nivel del mar mediante una metodología innovadora. Con este fin, el objetivo es diseñar y ensayar un sistema innovador y progresivo de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef), que utilice, parcialmente, la técnica tradicional de construcción de charcos de marea, elementos comunes en las Islas Canarias y el resto de la Macaronesia, para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático. El proyecto, liderado por el Consejo Insular de Energía de Gran Canaria (CIEGC) y financiado en un 60% por el programa LIFE de la Unión Europea, tendrá una duración de siete años y busca incrementar la protección natural de la costa sin afectar a su uso local, tan arraigado en Canarias, y al mismo tiempo, contribuir a la conservación de la economía turística en la región. Con un presupuesto total de 3.409.864 EUR euros, este proyecto pretende hacer frente al desafío ambiental que suponen los niveles del mar que afecta sus costas.

Sobre el Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria (CIEGC)

<https://www.energiagrancanaria.com/>

El Consejo Insular de la Energía de Gran Canaria (CIEGC) es una entidad pública empresarial del Cabildo de Gran Canaria que tiene como misión la implantación de un modelo energético alternativo basado en las energías renovables y la eficiencia energética. El CIEGC gestiona subvenciones, promueve la movilidad eléctrica, forma a profesionales y ciudadanos, y fomenta la investigación y la innovación en el sector energético.

Sobre la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) <https://www.ulpgc.es/>

La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) es una institución de educación superior ubicada en la isla de Gran Canaria, España. Fundada en 1989, la ULPGC se ha consolidado como un centro de excelencia académica especialmente en disciplinas como ciencias naturales y tecnología. La universidad se esfuerza por fomentar la investigación, la innovación y la colaboración internacional para contribuir al desarrollo de la sociedad y la región.

Sobre la Universidad de Cantabria (UC) <https://web.unican.es/>

La Universidad de Cantabria (UC) es una institución académica de educación superior ubicada en Cantabria, España. Fundada en 1972, la UC destaca por su compromiso con la calidad educativa y la investigación de vanguardia. La investigación juega un papel fundamental en la UC, con enfoques en diversas disciplinas. La experiencia del grupo de investigación CINCC (Ciudad, Infraestructuras y Cambio Climático) se focaliza en el análisis de la vulnerabilidad y las soluciones de adaptación a los futuros escenarios climáticos. Basado en esta experiencia, aportará un análisis y diagnóstico multidisciplinar y participativo al proyecto.

Sobre INGECID S.L. www.ingecid.es

INGECID es una empresa dedicada a la investigación y desarrollo de proyectos. Su enfoque abarca áreas como la ingeniería, la arquitectura y la sostenibilidad. A través de su experiencia en proyectos innovadores, INGECID busca generar soluciones creativas y eficientes para desafíos técnicos y ambientales. Su compromiso con la investigación y el desarrollo contribuye a la mejora de procesos y tecnologías en el proyecto.

Sobre Raley Estudios Costeros S.C.P. www.raleyestudioscosteros.com

Raley Estudios Costeros S.C.P. es una empresa especializada en proporcionar estudios y análisis relacionados con las áreas costeras. A través de investigaciones detalladas, busca comprender e

identificar las dinámicas costeras, los impactos ambientales y las posibles soluciones para la gestión sostenible de las zonas litorales. Su experiencia contribuye a la toma de decisiones informadas para proyectos costeros y de desarrollo.

Sobre ECONcrete AQUA www.econcretetech.com

ECONcrete AQUA es una iniciativa centrada en la innovación en infraestructuras marinas y costeras sostenibles. A través de la aplicación de tecnologías y materiales avanzados, ECONcrete AQUA busca mitigar los impactos negativos de las construcciones humanas en los ecosistemas acuáticos y marinos. La iniciativa se basa en principios de diseño ecológico y colabora con expertos en biología marina y otras disciplinas para lograr soluciones que promuevan la biodiversidad y la resiliencia costera. En LIFE COSTAdapta, se encargará del seguimiento biológico del material utilizado en los arrecifes-charcos de marea.

Sobre la Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible (FCR)

<https://fundacioncanariasrecicla.org/>

La Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible (FCR) es una organización comprometida con la promoción del reciclaje y la adopción de prácticas sostenibles en las Islas Canarias. A través de la educación, la sensibilización y la colaboración con diferentes sectores, la FCR busca impulsar la reducción de residuos y la conservación del entorno natural. Su labor contribuye a la protección del medio ambiente y al fomento de una mentalidad más responsable en la comunidad canaria. En el proyecto, aporta la visión socioeconómica para la implementación de LIFE COSTAdapta.

Sobre la Fundación Finnova www.finnova.eu

Finnova es la fundación hispano-belga sin ánimo de lucro con sede en Bruselas y España, que trabaja para la promoción y el desarrollo de la innovación y el emprendimiento en la UE. La experiencia de Finnova en liderar actividades de comunicación y difusión de proyectos europeos, siendo entidad líder de los proyectos Interreg, se combina con una sólida trayectoria demostrada en programas de creación de empresas y apoyo al emprendimiento, como aceleradoras, incubadoras y eventos, así como su compromiso con la formación y la empleabilidad de los jóvenes. Su papel en LIFE COSTAdapta es servir de apoyo en la gestión del proyecto y liderar la comunicación y difusión de sus resultados.

9.5 Folletos y otros materiales promocionales de difusión

A continuación, algunos de los materiales que se han creado para difundir el proyecto:

❖ Folleto:



EL PROYECTO

El objetivo principal del proyecto LIFE COSTAdapta es abordar la adaptación de la costa de Gran Canaria al aumento del nivel del mar mediante una metodología innovadora de arrecife-charcos de marea (Tidal pool-reef), que utilice, parcialmente, la técnica tradicional de construcción de charcos de marea, elementos comunes en las Islas Canarias y el resto de la Macaronésia, para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático.

Para hacer frente a este desafío ambiental, el proyecto europeo LIFE COSTAdapta, desde un enfoque participativo y multidisciplinar, se dedica a fortalecer la resiliencia de las zonas costeras ante el aumento del nivel del mar, al mismo tiempo que fomenta la creación de hábitats característicos de estas áreas.





Co-funded by the European Union



Sistemas blandos y progresivos para la adaptación costera ante el cambio climático



Diseño innovador y progresivo de arrecifes-charcos de marea para la adaptación costera de Gran Canaria al cambio climático

CONTACTO
Fundación Finnova
 Avenue des Arts 56 - Bruselas
 1040 Bélgica
 info@costadapta.eu
 www.lifecostadapta.finnova.eu

Síguenos:

- LIFE COSTAdapta
- LIFE COSTAdapta
- LIFE COSTAdapta

BENEFICIOS

1. Permite proteger el frente marítimo urbano del impacto directo de las olas.
2. Promueve la protección, apariencia y diversidad de los ecosistemas marinos típicos de la costa de Gran Canaria.
3. Fomenta el uso de la zona como lugar de ocio y disfrute de la naturaleza marina.
4. Minimiza los costes derivados del impacto actual del mar en la fachada urbana para su renovación, reparación y/o reconstrucción o desalojo.
5. Reactiva la economía local a través de la mejora y disfrute del litoral como complemento a las directrices urbanísticas.

SOCIOS






Consejo Insular de Energía de Gran Canaria (CIEGC) del Cabildo de Gran Canaria: entidad pública empresarial que coordina el proyecto y que tiene como misión la implantación de un modelo energético alternativo basado en las energías renovables y la eficiencia energética.



Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC): institución de educación superior ubicada en la isla de Gran Canaria, España.



Universidad de Cantabria (UC): institución académica de educación superior ubicada en Cantabria, España.



INGECID: una empresa dedicada a la investigación y desarrollo de proyectos. Su enfoque abarca áreas como la ingeniería, la arquitectura y la sostenibilidad.



Raley Estudios Costeros S.C.R.L.: empresa especializada en proporcionar estudios y análisis relacionados con las áreas costeras.



ECONCRETE AQUA: iniciativa centrada en la innovación en infraestructuras marinas y costeras sostenibles.



Fundación Canaria para el Reciclaje y Desarrollo Sostenible (FCRS): organización comprometida con la promoción del reciclaje y la adopción de prácticas sostenibles en las Islas Canarias.



Finnova: fundación hispano-belga sin ánimo de lucro con sede en Bruselas y España, que trabaja para la promoción y el desarrollo de la innovación y el emprendimiento en la UE.

Presupuesto: € 3.337.583,47€

Subvención UE: € 2.002.538,07€ (60%)

Plazo: 84 meses

- ❖ **Sello para los documentos** con el logotipo de LIFE COSTAdapta, el logotipo del Programa LIFE y el número de referencia.



Project: 101113851
LIFE-2022-SAP-CLIMA
COSTAdapta

- ❖ **Hoja de control de firmas para actos presenciales**

LIFE-2022-SAP-CLIMA Place and Date

Meeting/Event

N	LAST NAME	NAME	EMAIL	TELEPHONE NUMBER	SIGNATURE	I AUTHORISE TO RECEIVE RELATED INFORMATION



9.6 Roll-Up

Para los primeros meses del proyecto, se ha creado el siguiente roll-up para darle visibilidad (remite a la web de Finnova)



10. HOJA DE RUTA

A continuación, se muestran los siguientes calendarios: uno para días internacionales y otro para eventos. La creación de hojas de ruta es muy eficiente para que todo el equipo pueda estar informado de las fechas relevantes y días internacionales relacionados con el proyecto. Esta herramienta ayudará al consorcio a planificar las acciones que deben desarrollarse en función de estas fechas.

El objetivo de esta hoja de ruta es informar sobre las fechas clave para el proyecto y acordar qué tipo de actividades se desarrollarán en función de cada evento. Las hojas de ruta que se muestran a continuación corresponden al año 2023. El calendario de días internacionales nos servirá para comunicar el proyecto con motivo de ese día, la alineación de los objetivos de LIFE COSTadapta con el objetivo del día en cuestión.

Los eventos nacionales e internacionales nos servirán para intentar participar en ellos, mediante una ponencia, networking o cualquier actividad que pueda ser relevante para dar a conocer el proyecto. Así, procuraremos estar presentes, mediante stands o ponencias, en aquellos eventos que aborden la temática del proyecto LIFE COSTadapta, como son el cambio climático, la protección de las costas, la preservación del hábitat. Dado que los socios del proyecto están todos en España, se primarán aquellos eventos que tengan lugar aquí,

La hoja de ruta será revisada y actualizada continuamente, con la inclusión de nuevos eventos y participación en seminarios, charlas en universidades o foros específicos, etc.

10.1 Calendario de Días Internacionales 2023

ENERO	DÍA INTERNACIONAL
1	Año europeo de las capacidades
26	Día Mundial de la Educación Ambiental
28	Día Mundial de Acción contra el Calentamiento Global
FEBRERO	
MARZO	
3	Día Mundial de la Naturaleza
8	Día Internacional de la Mujer
21	Día Internacional de los Bosques
22	Día Mundial del Agua
30	Día Internacional de Residuos Cero
ABRIL	
7	Día Mundial de la Salud
21	Día Mundial de la Creatividad y la Innovación

22	Día Internacional de la Madre Tierra
MAYO	
9	Día de Europa
12	Día Internacional de la Sanidad Vegetal
18	Día Mundial del Reciclaje
JUNIO	
5	Día Mundial del Medio Ambiente
7-1	Día Mundial de la Seguridad Alimentaria
27	Día de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
JULIO	
1	Día Internacional de la Fruta
AGOSTO	
12	Día Internacional de la Juventud
SEPTIEMBRE	
7	Día Internacional del Aire Limpio para los Cielos Azules
16	Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono
29	Día Internacional de Concienciación sobre la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos
OCTUBRE	
2	Día Mundial del Hábitat
16	Día Mundial de la Alimentación
NOVIEMBRE	
DICIEMBRE	
5	Día Mundial del Suelo
27	Día Internacional de Preparación ante las Epidemias

10.2. Calendario de eventos 2023

MES	EVENTO	LUGAR	LINK
SEPTIEMBRE			
03 Sept- 07 Sept	Conferencia Europea de Energía de las Olas y las Mareas (EWTEC)	Bilbao	direct link
10 Sept- 11 Sept	Conferencia EurOCEAN 2023	Galicia	direct link
15-sep	Jornada Regional de Transferencias PLATICAS	Vigo	direct link
16-sep	#EU Beach Cleanup 2023		direct link
27 Sept - 29 Sept	ENERH2O 2023	Portugal	direct link
28-sep	Foro de innovación OMI-PNUMA-Noruega 2023	Londres y online	direct link
OCTUBRE			
10 Oct- 12 Oct	GREEN BUSINESS WEEK 2023	Lisboa	direct link
11-oct	Coastal Cities and regions leading the Blue Economy energy transition	Bélgica	direct link

11 Oct- 13 Oct	H2O - ACCADUEO 2023	Bolonia	direct link
15 Oct- 18 Oct	IDA Water Reuse and Recycling Conference 2023	Sevilla	direct link
18Oct-19 Oct	VII JORNADAS DE INGENIERÍA DEL AGUA	Cartagena	direct link
19-oct	Event Blue Synergies: Maximising Funding Impact in the Atlantic Sea Basin	Portugal	direct link
16 Oct - 22 Oct	Ecoviure 2023	Manresa	direct link
25-oct	Ocean Energy Europe Conference & Exhibition	La Haya	direct link
NOVIEMBRE			
06-nov	Aquatech Ámsterdam 2023	Amsterdam	direct link
07 Nov - 09 Nov	Tomorrow.Blue Economy	Barcelona	direct link
07 Nov - 09 Nov	Smart City Expo World Congress 2023	Barcelona	direct link
21-nov	Ecofira	Valencia	direct link
23-nov	SUTEK - WATER TECHNOLOGIES FAIR 2023	Turquía	direct link
23- 27 Nov	Salón Internacional de las Piscinas	Barcelona	direct link
30 Nov- 1 Dec	Madrid Aquaenergy Forum	Madrid	direct link
DICIEMBRE			

10.3 Calendario 2024

MES	EVENTO	LUGAR	LINK
ENERO			
24-26	XX Congreso Internacional Sobre Sostenibilidad Ambiental, Cultural, Económica y Social	Portugal	direct link
30 Ene	EuroMaritime	Marseille	direct link
FEBRERO			
6 Feb	Expofluidos 2024	Barcelona	direct link
13 -14	Sustainable Blue Economy Partnership Symposium	Bélgica	direct link
20- 21	WORLD WATER-TECH INNOVATION SUMMIT 2024	Londres	direct link
MARZO			
20-22	Foro Transfiere	Málaga	direct link
ABRIL			
12 y 14	Conferencia de la Década de los Océanos de Naciones Unidas (ONU)	Barcelona	direct link
14- 17	Water Loss 2024	San Sebastián	direct link
MAYO			
08 Sept- 09 Sept	Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos,	Ibiza	direct link

13-17	IFAT Munich 2024	Múnich	direct link
22- 25	DESALINATION FOR THE ENVIRONMENT - CLEAN WATER & ENERGY 2024	Chipre	direct link
30-31	European Maritime Day 2024	Dinamarca	direct link
JUNIO			
5 - 7 Junio	Congresos AEAS	Castellón	direct link
11 Junio	TECMA 2024	Madrid	direct link
Fecha a determinar	Aqua Trencin 2024	Eslovaquia	direct link
JULIO			
AGOSTO			
SEPTIEMBRE			
24-26 Sept	VA MÄSSAN 2024	Suecia	direct link

Semanas europeas de interés

Las semanas europeas permiten organizar eventos paralelos que ayudarán a diseminar el proyecto a través de las plataformas de la UE. Asimismo, estos eventos incluirán la participación de otros proyectos con el objetivo de crear sinergias y ver posibilidades de colaboración.

11. INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)

En cuanto a los Indicadores Clave de Rendimiento, se considerarán algunas métricas. En este apartado se señalarán los indicadores de comunicación y las herramientas de evaluación para medir las acciones a realizar.

11.1 Herramientas de evaluación

A continuación, se detallan las herramientas de evaluación que se utilizarán:

- **Informes extraídos de Google Analytics:** permiten medir el engagement, el vínculo entre el usuario y el sitio web. Permite comprobar si hay usuarios fieles o si sólo hay visitantes esporádicos. En la medida en que los primeros prevalezcan sobre los segundos, se podrá comprobar el éxito del proyecto.
- **Informes extraídos de Google Alerts:** insertando las palabras clave relevantes, se puede

conocer la reputación de LIFE COSTAdapta en la web. También permite recibir alertas por correo electrónico, seleccionando la frecuencia de las alertas: diaria, semanal, etc.

- **Encuestas de satisfacción** de actos, cursos, talleres y reuniones: se realizarán al concluir un evento y con ellas se puede averiguar el atractivo de los acontecimientos.
- **Recortes de prensa** escrita, en línea y en las redes sociales: ofrece una visión general de las publicaciones en las que se menciona LIFE COSTAdapta en los distintos medios de comunicación y su alcance.

11.2 Indicadores clave de rendimiento (KPI)

Se tendrán en cuenta los siguientes KPI

- Número de "Me gusta" y "Compartidos" en las publicaciones
- Repercusión
- Número de visitas al sitio web
- Número de páginas visitadas y tiempo
- Número de seguidores en las redes sociales de LIFE COSTAdapta
- Número de asistentes a eventos, cursos, talleres y reuniones organizados por el proyecto
- Número de suscriptores al boletín del proyecto
- Número de publicaciones y difusión
- Número de comunicados de prensa publicados
- Número de informaciones publicadas en sitios ajenos al proyecto
- Número de eventos en los que participan los beneficiarios de LIFE COSTAdapta

Periódicamente, cada tres meses, se realizará un análisis y un breve informe sobre la base de estas herramientas e indicadores. Asimismo, el plan de Comunicación se irá actualizando en función de los avances y necesidades que vaya requiriendo el proyecto.