

PROYECTO ERASMUS +

**RemotEU**

**Ayudando a la ciudadanía europea a  
trabajar en remoto de manera segura**

---

## PLAN DE COMUNICACIÓN



Cofinanciado por  
la Unión Europea

Este documento recoge la información relativa a la comunicación y difusión de RemotEU para que las entidades participantes puedan utilizarla durante la ejecución del proyecto. Ha sido elaborado por la entidad coordinadora y recoge la estrategia de comunicación, incluyendo la definición de objetivos, el público objetivo o los canales a utilizar y, en segundo lugar, el plan de comunicación, con acciones concretas y sugerencias para realizarlas.

# Índice de contenidos

<b>1. Contexto. Sobre RemotEU</b>	<b>4</b>
1.1 Objetivos del proyecto	4
1.2 Actividades y plazos del proyecto	5
<b>2. Estrategia de comunicación (What to do)</b>	<b>6</b>
2.1 Definición de la estrategia de comunicación y su metodología	7
2.1.1 What: Qué comunicar	7
2.1.2 Why: Objetivos de la comunicación	8
<b>3. Plan de comunicación (HOW TO DO IT)</b>	<b>13</b>
3.1 Hoja de ruta	13
3.2 Calendario de comunicación detallado	13
3.3 Presupuesto y recursos	16
3.4 Comunicación de los resultados del proyecto	16
<b>4. Seguimiento y evaluación</b>	<b>16</b>
4.1 Relación de indicadores para el seguimiento de la difusión	17
4.2 Repercusión en medios de comunicación	17
4.3 Reuniones y encuentros con agentes clave	17
4.4 Impacto en redes sociales	17
4.5 Participación en congresos y actos públicos	18
4.6 Impacto en las medidas políticas de los distintos niveles	18
4.7 Producción y difusión de materiales y productos de comunicación	18
4.8 Evaluación de RemotEU	18
<b>5. Identidad visual</b>	<b>19</b>
5.1 Simbología básica	19
5.1.1 Logotipo corporativo y favicon	19
5.1.2 Tipografía corporativa y secundaria	19
5.1.3 Colores corporativos	21

---

5.1.4 Variaciones monocromáticas	21
5.1.5 Variaciones sobre colores corporativos	22
5.1.6 Aplicaciones incorrectas	22
5.2 Aplicaciones en distintos soportes	23
5.2.1 Página web	23
5.2.2 Materiales de comunicación (infografías, folletos...)	23
5.2.3 Redes sociales	24
5.3 Requisitos gráficos para proyectos beneficiarios de Erasmus+	24
5.3.1 Aplicaciones correctas del logotipo de la Unión Europea	25
<b>6. Recomendaciones y buenas prácticas</b>	<b>26</b>
6.1 Recomendaciones para escribir noticias	26
6.2 Recomendaciones para escribir notas de prensa	26
6.3 Recomendaciones para escribir post en redes sociales	26
6.4 Recomendaciones para escribir materiales de comunicación	27
6.5 Buenas prácticas en relación a los principios de la UE	27
6.5.1 Principio 1. Inclusión y diversidad	27
6.5.2 Principio 2. Sostenibilidad y medio ambiente	28
6.5.3 Principio 3. Transformación digital	28
<b>7. Referencias</b>	<b>29</b>

## 1. Contexto. Sobre RemotEU

En un mundo post COVID-19, donde el teletrabajo y los desplazamientos de trabajadores han aumentado de forma exponencial, se abre un horizonte de flexibilidades laborales que han llegado para quedarse. Vivimos un proceso de transformación digital global y transeuropea. Las instituciones políticas de España, Italia e Irlanda, países que participan en RemotEU, han aprobado legislaciones que regulan el teletrabajo, lo que demuestra su consciencia en relación a estos cambios, inicialmente temporales, pero que se están convirtiendo en prácticas estructurales y transversales en Europa. Demandan, pues, instrumentos que mejoren el conocimiento colectivo de los derechos y deberes de la ciudadanía europea si quieren acogerse al teletrabajo o desplazarse de país.

RemotEU unifica información de tipo regulatoria, administrativa y fiscal del teletrabajo y los trabajadores desplazados y la convierte en sólida y accesible. Así no solo se genera una comunidad europea más informada, también acerca territorios y países de la Unión Europea, generando mayor movilidad entre las personas y permitiendo que disfruten de opciones laborales inéditas hasta la fecha. Acorta distancias y acerca comunidades, mejorando el intercambio de experiencias y valores, siempre desde una perspectiva europeísta.

### 1.1 Objetivos del proyecto

1. Crear un directorio que recoja las dudas más comunes sobre fiscalidad relativa al teletrabajo y otros trámites administrativos, de forma que los ciudadanos europeos las puedan resolver desde casa y de forma sencilla.
2. Unificar en una misma plataforma modelos sobre la legislación vigente en lo que se refiere a las leyes del teletrabajo y modelos legales para trabajadores desplazados en diferentes países europeos.
3. Hacer más clara y accesible la información de las legislaciones que se han aprobado en los últimos meses sobre teletrabajo en el nuevo contexto laboral, más descentralizado y digital, que se ha ido dando a causa de la pandemia de COVID-19.
4. Facilitar la transparencia para que la ciudadanía europea conozca los derechos y deberes que tienen los trabajadores desplazados y los teletrabajadores a nivel administrativo y fiscal.

5. Crear un sistema de consultas multilingüe y unificado sobre legislación, teletrabajo y trabajadores/as desplazados/as.
6. Promover una movilidad transnacional, fuerte y cohesiva dentro del tejido laboral de la ciudadanía europea.
7. Educar a la ciudadanía europea en un incipiente modelo de trabajo a través de contenidos, seminarios y eventos así como a través de la visibilización de dicho modelo.
8. Poner en conocimiento de las Administraciones Públicas de todo el mundo lo que desde otras instituciones se está haciendo a nivel legislativo para regular y promover el teletrabajo.

## 1.2 Actividades y plazos del proyecto

30/03/2022	01/09/2022	01/11/2022	01/01/2023	01/03/2023	01/05/2023
Desarrollo de la plataforma tecnológica					
Búsqueda y generación y puesta online de contenido en relación con el teletrabajo					
Comunicación general de los resultados del proyecto					
			Estudios e informes de resultados en los que se pueden apoyar estrategias de la UE a medio-largo plazo		
	Recursos formativos para los usuarios de la plataforma				
Gestión y coordinación del proyecto					

1. **Gestión y coordinación del proyecto:** esta actividad se refiere a la gestión interna del proyecto para garantizar la realización de las actividades y la consecución de los objetivos marcados.

2. **Desarrollo de una plataforma tecnológica:** página web del proyecto donde se recoja toda la información del mismo así como los resultados obtenidos. Esta página estará disponible en inglés, castellano e italiano.
3. **Búsqueda y generación y puesta online de contenido en relación con el teletrabajo:** actividad dirigida a la investigación sobre legislación vigente en relación al teletrabajo y a la detección de buenas prácticas en los ámbitos público y privado. Esta actividad generará como resultado una Wikipedia del teletrabajo donde se recogerá información útil y accesible para poner a disposición de la ciudadanía.
4. **Estudios e informes de resultados en los que se pueden apoyar estrategias de la UE a medio-largo plazo:** a raíz de la investigación previa se elaborará un documento para poner a disposición de las instituciones públicas, tanto de alcance regional o local como nacional o europeo, para que conozcan la realidad sobre el teletrabajo y las cuestiones a tener en cuenta para elaborar una legislación justa e integradora.
5. **Recursos formativos para los usuarios de la plataforma:** con toda la información obtenida y elaborada se crearán acciones formativas dirigidas a teletrabajadores/as o personas que deseen adscribirse a este modelo, empresas y Administraciones Públicas.
6. **Comunicación del proyecto:** relacionado con este documento, se refiere a la difusión del mismo para alcanzar a los públicos identificados y garantizar el impacto de las acciones.

A partir de esta información sobre RemotEU, en las siguientes páginas se presenta la estrategia de comunicación y el plan para llevar las acciones a cabo.

## 2. Estrategia de comunicación (What to do)

Una de las claves para el éxito de las actividades y el proyecto RemotEU es la comunicación del mismo.

Al compartir el trabajo realizado, nuestra experiencia, los resultados y conclusiones del proyecto, podremos llegar a una comunidad más amplia que se beneficie de las actividades que realicemos. Estas podrán servir de ejemplo o de inspiración para otros y reforzará la posición de cada entidad.

## 2.1 Definición de la estrategia de comunicación y su metodología

Para la difusión de RemotEU vamos a aplicar la metodología “What, Why, How”:

- **What: Stands for the action itself**

Hablemos del proyecto en sí. Qué es RemotEU, por qué un proyecto como este, qué vamos a hacer en el proyecto y cuáles son los resultados que queremos obtener.

- **Why: Explains its importance**

Por qué este proyecto es importante, su relevancia para los públicos a los que se dirige y la ciudadanía europea en general.

- **How: Lists the steps to follow**

El *How*, centrado en el Plan de comunicación y las acciones concretas que se van a realizar.

Por tanto el Qué y el Por qué vamos a definirlos en la estrategia y el Cómo en el plan de comunicación.

### 2.1.1 What: Qué comunicar

Entender qué comunicar nos marcará el camino para realizar después las acciones concretas.

En este punto es fundamental tener un conocimiento detallado del proyecto. Para eso se puede acudir a la propuesta presentada y aprobada por la Agencia Nacional. En esta propuesta está detallada toda la información del proyecto. También es importante conocer a las entidades participantes. Para ello se fomentará la comunicación entre las personas y entidades que participan, creando un espacio de diálogo e intercambio de experiencias.

A partir de esta base de conocimiento se deberá tener en consideración cada una de las acciones realizadas, porque todas ellas tendrán la capacidad de ser difundidas. A continuación se mencionan algunos ejemplos de contenidos:

- **Información general del proyecto:** qué es RemotEU, objetivos, hitos, plazos de ejecución, información contextual sobre el teletrabajo, etcétera.



- **Información sobre el consorcio:** quién es quién, qué papel juega cada entidad en el proyecto, qué hacen en su ámbito de actuación, presentación del equipo, etcétera.
- **Información sobre acciones:** reuniones de trabajo, reuniones con partners y agentes clave, elaboración de entrevistas, encuestas, webinars, etcétera.
- **Información sobre resultados:** resultados obtenidos en cada una de las acciones, número de participantes y perfil, recomendaciones, buenas prácticas, apariciones en medios de comunicación, etcétera.

### 2.1.2 Why: Objetivos de la comunicación

Los objetivos definidos a continuación se han elaborado teniendo en cuenta la estrategia de objetivos SMART, esto es, Specific, Measurable, Agreed upon, Realistic & Time-bound y los propios objetivos de RemotEU recogidos en el punto 1.

1. **Visibilizar y sensibilizar sobre el teletrabajo:** para poder plantear una solución a un problema, es necesario primero conocer qué sucede. Visibilizar historias de personas y empresas que actualmente realizan u ofrecen teletrabajo es el punto de partida para detectar las necesidades. En la comunicación es importante que esta visibilización se haga con la intención de sensibilizar a Administraciones Públicas, empresas y medios de comunicación sobre esta cuestión para que tengan la voluntad de actuar.
2. **Maximizar el impacto del proyecto:** RemotEU tiene definidas una serie de actividades y resultados previstos. Para poder garantizar la resolución óptima de estos se debe fomentar desde la comunicación un alcance e impacto significativos. El cometido de las acciones de comunicación será fomentar el conocimiento del proyecto, la implicación de agentes clave en el desarrollo del mismo y alcanzar a los y las posibles beneficiarios/as.
3. **Conseguir la implicación de los públicos objetivos y las entidades participantes:** un proyecto de las características de RemotEU tiene un fuerte carácter colaborativo. Para empezar, porque el proyecto es desarrollado por tres entidades. Para continuar, por el propio espíritu de los proyectos Erasmus+. Y para finalizar para que los resultados del proyecto sean los óptimos y respondan a las necesidades identificadas.
4. **Compartir los resultados de las actividades:** es nuestro deber compartir los resultados obtenidos de manera transparente. Esto fomentará la implicación

de los públicos y entidades y respetará las condiciones establecidas en los proyectos Erasmus+.

5. **Influir en las políticas públicas en relación al teletrabajo:** una de las actividades propuestas se relaciona con la difusión de los resultados entre las Administraciones Públicas. Gracias a la visibilización de la realidad sobre el teletrabajo y las necesidades que hay en el mercado laboral en relación a esta cuestión, se debe procurar esa influencia en los y las legisladores/as para que atiendan esta circunstancia.
6. **Favorecer nuevas asociaciones y el contacto con otras entidades:** otra de las máximas de este proyecto es la cooperación entre entidades. Además de fomentar la relación entre las tres entidades participantes, en el camino que recorreremos conoceremos nuevos proyectos. Gracias a la comunicación podremos acercarnos a ellos y explorar nuevas colaboraciones.

#### **Público objetivo principal:**

1. **Trabajadores y trabajadoras.** Las personas que pueden beneficiarse de este proyecto son trabajadores/as en activo que vivan, trabajen o estén vinculados a la Unión Europea y que por circunstancias personales o profesionales deseen ejercer su trabajo en otro país o territorio, o bien convertirse en trabajadores desplazados. Hombres y mujeres adultos, en edad laboral activa y que se encuentren desarrollando proyectos laborales o tengan intención de hacerlo.
2. **Administraciones Públicas:** de diferente alcance (regional, nacional o europeo) que pueden beneficiarse de la documentación generada como resultado de la implementación de la propuesta. Estos estudios pueden resultar de mucha utilidad si las Administraciones Públicas europeas deciden implementar un programa de teletrabajo o apoyo a los desplazamientos laborales.
3. **Expertos y expertas en el ámbito de derechos y recursos laborales:** otros grupos objetivos son los expertos en el ámbito de derechos y recursos laborales (abogados/as, sindicalistas), los responsables de la toma de decisiones a nivel europeo en materia de derechos laborales y los propios medios de comunicación.
4. **Medios de comunicación:** en calidad de aliados imprescindibles para la difusión del proyecto, son también público objetivo para el mismo.

**Público objetivo secundario:**

1. **Empresas:** las empresas juegan un papel fundamental en el teletrabajo. Estas deben conocer la normativa aplicable, las ventajas de este modo de trabajar para la empresa y los trabajadores, los riesgos y buenas prácticas ya aplicadas. De esta forma tendrán la información necesaria para gestionar el teletrabajo en sus organizaciones y dar respuesta a la demanda de sus trabajadores.

Las acciones de comunicación y difusión, así como los mensajes, han de adaptarse a cada uno de los grupos identificados.

Audiencia	Objetivo	Mensajes clave	Actividad	Canales	Indicadores
Trabajadores/as	1. Visibilización y sensibilización	Implicaciones del teletrabajo Beneficios y riesgos Testimonios de trabajadores y empresas	Publicaciones en los canales identificados Reuniones Testimonios Webinar	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters Eventos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Nº testimonios Nº de contactos
Trabajadores/as	3. Implicación	Mostrar testimonios de otras personas Resolver sus dudas	Publicaciones en los canales identificados Reuniones Testimonios Webinar	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters Eventos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Nº testimonios Nº de contactos Nº asistentes webinar Aparición en medios
Trabajadores/as	4. Compartir resultados	Informar a los trabajadores sobre el teletrabajo, mostrar las dudas más frecuentes y marcar una hoja de ruta	Publicaciones en los canales identificados Publicación de resultados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters	Nº visitas a la web Alcance en rrss Nº de contactos Aparición en medios
AAPP	1. Visibilización y sensibilización	Necesidad de dar respuesta a una realidad a nivel legal Elevar esto a nivel europeo	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Reuniones	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de reuniones y asistentes
AAPP	2. Impacto	Las AAPP como legisladoras Rol a desempeñar en el teletrabajo	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en

				Reuniones	medios Nº de reuniones y asistentes
AAPP	3. Implicación	Buenas prácticas	Reuniones Documentación Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
AAPP	4. Compartir resultados	Informar de los resultados	Enviar informe de resultados Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
AAPP	5. Legislación	Recomendaciones y necesidades Urgencia de acción Interpelación directa a legisladores	Enviar informe de resultados Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Expertos/as	1. Visibilización y sensibilización	El teletrabajo como tendencia Las limitaciones en la legislación	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Eventos Reuniones	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de reuniones y asistentes
Expertos/as	2. Impacto	Amplificar el alcance a través de los expertos	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Reuniones	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de reuniones y asistentes
Expertos/as	3. Implicación	Fomentar la participación durante la investigación	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Reuniones	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de reuniones y asistentes
Expertos/as	4. Compartir resultados	Informar de los resultados	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Expertos/as	5. Legislación	Fomentar la implicación de este colectivo en la creación de una	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en

		legislación			medios
Medios	1. Visibilización y sensibilización	Plantear un debate público sobre el teletrabajo Mostrar casos reales de trabajadores, empresas y legislación	Publicaciones en los canales identificados Testimonios	Página web Redes sociales Notas de prensa Eventos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Medios	2. Impacto	Amplificar el alcance de la comunicación	Publicaciones en los canales identificados Testimonios	Página web Redes sociales Notas de prensa	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Medios	3. Implicación	Fomentar el debate público con los diferentes agentes a través de los medios	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Notas de prensa	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Medios	4. Compartir resultados	Presentar los resultados Recomendaciones y problemáticas	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Notas de prensa	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Medios	5. Legislación	Forzar desde los medios una regulación europea sobre teletrabajo	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Notas de prensa	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Medios	6. Cooperación	Presentar a las entidades del consorcio Buscar nuevos partners	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Notas de prensa	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios
Empresas	1. Visibilización y sensibilización	El teletrabajo como tendencia La demanda de los trabajadores La oportunidad para las empresas	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters Eventos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos Nº de asistentes
Empresas	2. Impacto	Informar sobre teletrabajo Resolver dudas	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos Nº de asistentes

				Eventos	
Empresas	3. Implicación	Necesidades y problemática de las empresas Oportunidades	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos/newsletters Eventos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos Nº de asistentes
Empresas	4. Compartir resultados	Informar a las empresas sobre el teletrabajo, mostrar las dudas más frecuentes y marcar una hoja de ruta	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos
Empresas	6. Cooperación	Alianzas con empresas	Publicaciones en los canales identificados	Página web Redes sociales Medios de comunicación Correos electrónicos	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos

### 3. Plan de comunicación (HOW TO DO IT)

#### 3.1 Hoja de ruta

Fases	Fase de diseño	Fase de ejecución	Fase de evaluación
Periodo	Abril-Mayo 2022	Mayo 2022-Abril 2023	Abril 2023
Tareas	Diseño del plan de comunicación. Presentación del proyecto.	Difusión del proyecto. Seguimiento de las acciones de comunicación.	Evaluación del proyecto y preparación de informe final con resultado de las acciones de comunicación.

#### 3.2 Calendario de comunicación detallado

Fecha	Acción	Canal	Objetivo	Target	Indicadores	Propietario
04/2022	Presentar RemotEU	Página web Redes sociales Medios de	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios	Nº visitas a la web Alcance en rrss	Unreported Torniamo Greatville

		comunicación		5. Empresas	Aparición en medios Nº de contactos	
<b>05/2022</b>	Contextualizar el teletrabajo	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>06/2022</b>	Difusión de contenido derivado del trabajo diario	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>07/2022</b>	Difusión del contenido derivado del trabajo diario Presentación del consorcio	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación 6. Cooperación	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>08/2022</b>	Difusión del contenido derivado del trabajo diario Wikipedia del teletrabajo	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación 4. Compartir resultados	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>09/2022</b>	Difusión de contenido derivado del trabajo diario	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>10/2022</b>	Difusión de contenido derivado del trabajo diario	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1. Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios	Unreported Torniamo Greatville

					Nº de contactos	
<b>11/2022</b>	Difusión del contenido derivado del trabajo diario Webinar sobre teletrabajo	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos Nº de asistentes Evaluación	Unreported Torniamo Greatville
<b>12/2022</b>	Difusión de contenido derivado del trabajo diario	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>01/2023</b>	Difusión de contenido derivado del trabajo diario	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 2. Impacto 3. Implicación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>02/2023</b>	Difusión del contenido derivado del trabajo diario Presentación de informe	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 4. Compartir resultados 5. Legislación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>03/2023</b>	Presentación de informe	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 4. Compartir resultados 5. Legislación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en medios Nº de contactos	Unreported Torniamo Greatville
<b>04/2023</b>	Evaluación del proyecto Presentación de resultados	Página web Redes sociales Medios de comunicación	1. Visibilización y sensibilización 4. Compartir resultados 5. Legislación	1.Trabajadores/as 2. AAPP 3. Expertos/as 4. Medios 5. Empresas	Nº visitas a la web Alcance en rrss Aparición en	Unreported Torniamo Greatville



					medios Nº de contactos	
--	--	--	--	--	------------------------------	--

### 3.3 Presupuesto y recursos

El **presupuesto** estimado para la comunicación del proyecto es de **13.500 euros**.

Los **recursos** que se emplearán son los siguientes:

- Página web de cada uno de los partners y página web del proyecto.
- Canales en redes sociales de cada uno de los partners:
  - **Asociación Unreported**, a través de la marca **Volvemos**: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Instagram y Telegram.
  - **Associazione Torniamo**: LinkedIn.
  - **Greatville HR Consultancy**: LinkedIn.

### 3.4 Comunicación de los resultados del proyecto

El trabajo realizado en el marco del proyecto se materializará en los resultados del proyecto. Estos incluyen las actividades propuestas, pero también todas las acciones realizadas en el marco de las mismas.

Es fundamental que los resultados del proyecto se comuniquen siguiendo las recomendaciones de este plan. Para ello, los resultados deberán estar enlazados en la página web del proyecto para que, de manera accesible y gratuita, puedan ser consultados por cualquier usuario. Estos resultados deben ser también utilizados como elementos de comunicación.

## 4. Seguimiento y evaluación

Para poder asegurar el éxito de las acciones de comunicación se debe realizar un seguimiento continuo, atendiendo para ello a diferentes indicadores de control que se recogen a continuación. Estos indicadores pueden ser cuantitativos (números y porcentajes) o cualitativos (calidad y valoración):

## **4.1 Relación de indicadores para el seguimiento de la difusión**

- Rendimiento de la página web del proyecto (<https://remoteu.info>):
  - Número de usuarios (nuevos/recurrentes) que visitan la página por mes.
  - Número de visitas a la página cada mes.
  - Países desde los que se visita la página.
  - Contenidos publicados en la página más visitados.
  - Número de personas que han contactado con RemotEU a través de la página.

## **4.2 Repercusión en medios de comunicación**

- Relación de medios que se han hecho eco de RemotEU, indicando medio, fecha, alcance (local, regional, nacional, internacional), título del contenido y breve resumen de la publicación.

## **4.3 Reuniones y encuentros con agentes clave**

- Reuniones de coordinación entre los socios.
- Reuniones de trabajo con entidades relevantes para la temática.
- Encuentros o acciones dirigidas a los públicos objetivos definidos (trabajadores/as, Administraciones Públicas, empresas).
- Número de participantes en las acciones planteadas en el proyecto.

## **4.4 Impacto en redes sociales**

- Número de publicaciones realizadas por cada socio incluyendo canal y fecha de difusión.
- Rendimiento en redes sociales mediante las interacciones realizadas en las publicaciones (like, share & comment).

#### **4.5 Participación en congresos y actos públicos**

- Relación de actividades en las que hemos participado en representación de RemotEU, incluyendo fecha, tipología de evento, asistentes y difusión del mismo.

#### **4.6 Impacto en las medidas políticas de los distintos niveles**

- Relación de hitos alcanzados a nivel legislativo o institucional.

#### **4.7 Producción y difusión de materiales y productos de comunicación**

- Relación de materiales de comunicación producidos (infografías, trípticos, etc.) y su difusión.

#### **4.8 Evaluación de RemotEU**

- Entrevistas a agentes clave para conocer su valoración de RemotEU.
- Elaboración de encuestas de satisfacción a los participantes.
- Evaluación de cada entidad participante en el consorcio.

El seguimiento de las acciones será constante durante la ejecución del plan de comunicación y responsabilidad de las tres entidades. De esta forma, se podrán identificar puntos de mejora, necesidades de comunicación a satisfacer y solucionar problemas que puedan surgir.

A la finalización del proyecto se realizará un informe final que recoja la relación de todas las acciones de comunicación llevadas a cabo y sus resultados. Además, incorporaremos un espacio de buenas prácticas, recursos identificados y recomendaciones a futuro para que las tres entidades continúen comunicando los resultados de RemotEU.

## 5. Identidad visual

Este apartado reúne los elementos que constituyen la identidad visual de RemotEU para su correcto uso y aplicación gráfica. En él se establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y los colores cromáticos recomendados, además de sus aplicaciones en distintos soportes.

El correcto uso de la identidad visual contribuirá a garantizar una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de RemotEU.

### 5.1 Simbología básica

#### 5.1.1 Logotipo corporativo y favicon

El **logotipo** de RemotEU es el identificador visual del proyecto. Es por ello que se utilizará en todos los materiales relacionados con el mismo. Podrá estar solo o acompañado del eslogan *“Ayudando a la ciudadanía europea a trabajar en remoto de manera segura”* que se colocará en la parte posterior.

El logotipo está formado únicamente por letras, todas con la misma tipografía a excepción de la *R*. Para la creación de esta, se ha partido de la idea de que trabajar en remoto conlleva poder hacerlo desde cualquier lugar. Para hacer alusión a ello, se ha empleado y modificado el símbolo de localización de con el objetivo de que tuviera forma de *R*.

El **favicon** (símbolo que acompaña a la URL en los navegadores) se ha creado a partir de la *R* de la palabra RemotEU en la versión del logotipo sobre fondo oscuro. Tiene unas dimensiones de 32x32px.



#### 5.1.2 Tipografía corporativa y secundaria

La tipografía empleada en el logotipo de RemotEU es la **Nunito**. Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía

corporativa, y para el contenido de la página web, informes, documentación del proyecto, eslogan, etc se utilizará la tipografía **Roboto**.

A continuación, se muestran las variaciones tipográficas de ambas fuentes.

Variaciones de la tipografía corporativa (Nunito)	
<b>Nunito Extra fina</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Nunito Fina</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)
<b>Nunito Normal</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Nunito Mediana</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)
<b>Nunito Seminegrita</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Nunito Negrita</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)
<b>Nunito Extra negrita</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Nunito Gruesa</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)

Variaciones de la tipografía secundaria (Roboto)	
<b>Roboto Delgada</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Roboto Fina</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)
<b>Roboto Normal</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Roboto Mediana</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)
<b>Roboto Negrita</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)	<b>Roboto Gruesa</b> ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789 (.,;:&%€)

### 5.1.3 Colores corporativos

El color es un factor determinante a la hora de definir la identidad visual de una marca/proyecto. Su correcto uso hace que los valores que lo fundamentan puedan transmitirse de manera adecuada.

El color **azul** se utiliza mayoritariamente en proyectos de ámbito tecnológico ya que denota confianza, tranquilidad y estabilidad. Es por ello que ha sido elegido como color corporativo de RemotEU en diferentes tonalidades.

Con la utilización de este color, se transmite la sensación de seguridad a aquellas personas que accedan a la plataforma de RemotEU y busquen información actual y contrastada sobre el teletrabajo.

<b>C:57 M:43 Y:0 K:75</b> <b>R:28 G:37 B:65</b> <b>#1C2541</b>	<b>C:53 M:0 Y:1 K:25</b> <b>R:91 G:192 B:190</b> <b>#5BC0BE</b>	<b>C:46 M:25 Y:0 K:58</b> <b>R:58 G:80 B:107</b> <b>#3A506B</b>	<b>C:0 M:0 Y:0 K:0</b> <b>R:255 G:255 B:255</b> <b>#FFFFFF</b>
--	---	---	--

En la versión sobre fondo blanco del logotipo se han empleado los colores **#1C2541** para la parte central de la palabra y **#5BC0BE** para distinguir la *R* inicial y la *EU* final que hace referencia a la Unión Europea. Para que su visualización sea óptima sobre fondos oscuros, se ha sustituido el color **#1C2541** por blanco (**#FFFFFF**).

El color **#3A506B** forma parte de la identidad gráfica de RemotEU pero se considera un **color secundario**. Sirve para ampliar la gama cromática del proyecto y tener un nexo de unión entre los colores que forman el logotipo ya que tienen un amplio contraste. Se recomienda su utilización en los materiales de comunicación y promoción del proyecto (como color principal de los textos).

### 5.1.4 Variaciones monocromáticas

Siempre que sea posible se aplicará el logotipo en su versión principal. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de los colores corporativos, el logotipo podrá ser impreso completamente en negro o en blanco, dependiendo del color del fondo.



RemotEU

### 5.1.5 Variaciones sobre colores corporativos

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de RemotEU, se exponen a continuación las **aplicaciones correctas del logotipo** sobre cada uno de los distintos colores corporativos.



### 5.1.6 Aplicaciones incorrectas

El logotipo de RemotEU tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. Para su correcta aplicación en los diferentes soportes es fundamental mantener la uniformidad de sus características técnicas.

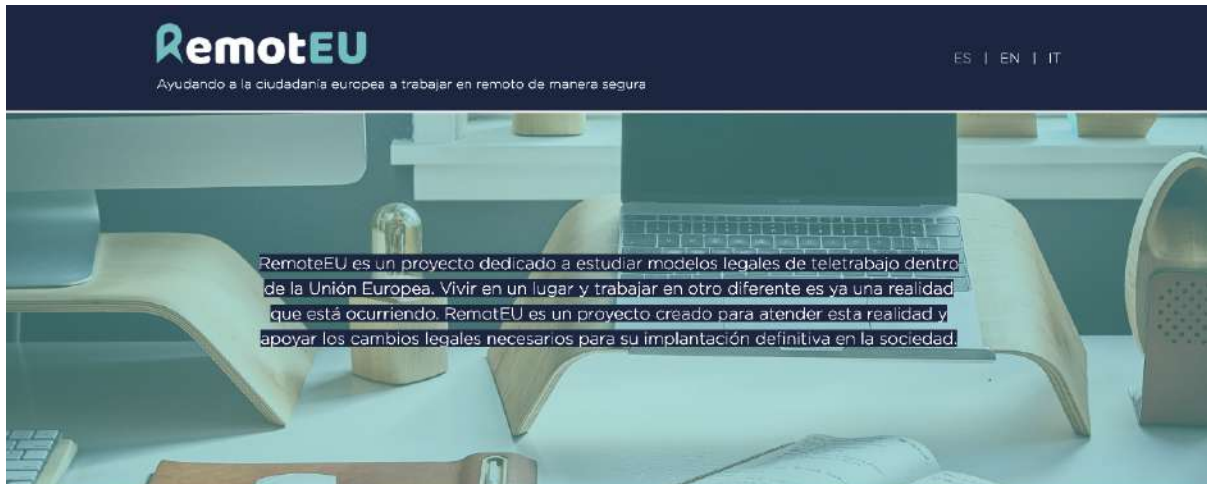
A fin de conseguir este propósito es imprescindible, entre otras cuestiones:

1. No alterar ni modificar sus proporciones, de manera que se deforme tanto vertical como horizontalmente.
2. No aplicar difuminado, degradado o sombreado al texto.
3. Aplicar correctamente los colores corporativos evitando el uso de colores que no se encuentren especificados en el apartado 5.1.3.
4. No emplear tipografías alternativas a Nunito o Roboto.



## 5.2 Aplicaciones en distintos soportes

### 5.2.1 Página web



#### RemotEU: Origen del proyecto

**El confinamiento provocado por la pandemia de COVID-19 y las medidas adoptadas para hacerle frente forzó el trabajo a distancia.** Tanto las organizaciones que ya contaban con políticas de teletrabajo como aquellas que no las tenían tuvieron que adaptarse a una situación sin precedentes que ha cambiado la manera de trabajar.

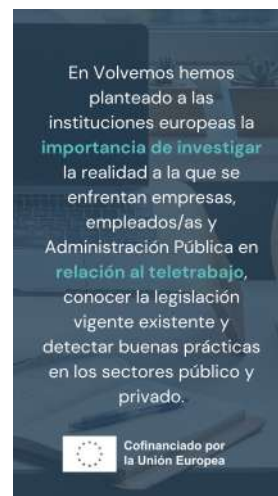
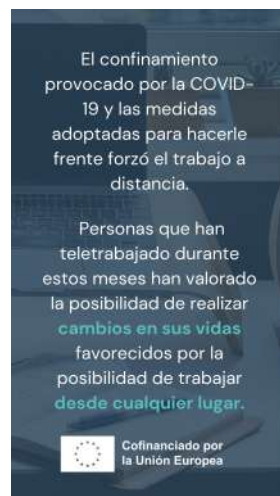
Este cambio de paradigma ha tenido consecuencias no solo en el plano laboral. Personas que han teletrabajado durante estos meses han

### 5.2.2 Materiales de comunicación (infografías, folletos...)





### 5.2.3 Redes sociales



### 5.3 Requisitos gráficos para proyectos beneficiarios de Erasmus+

Es obligatorio que durante la vigencia de RemotEU se reconozca el apoyo recibido en el marco del programa Erasmus+ en todos los materiales tanto promocionales como de comunicación. Por ello debe emplearse el emblema de la Unión Europea.

La variante elegida para comunicar la financiación de la Unión Europea a través del programa Erasmus+ es aquella en la que aparece el emblema de la UE con el texto

“Cofinanciado por la Unión Europea” tanto en su versión vertical como horizontal. Dicho logotipo deberá tener una altura mínima de 1 cm y no se podrá utilizar ninguna otra identidad visual para destacar el apoyo de la UE.

Además del logotipo oficial, se deberá utilizar el siguiente texto según convenga:

*“El proyecto “RemoteEU: Ayudando a la ciudadanía europea a trabajar en remoto de manera segura” está cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea. El contenido de (esta nota de prensa/comunicado/publicación/etc.) es responsabilidad exclusiva del Volvemos.org, Helping Networks y Torniano y ni la Comisión Europea, ni el Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE) son responsables del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.”*

### 5.3.1 Aplicaciones correctas del logotipo de la Unión Europea

A continuación se muestran las aplicaciones correctas del logotipo de la Unión Europea en su versión horizontal tanto para fondos blancos o claros como para fondos oscuros. **Cualquier alteración del mismo que no se encuentre recogida en este apartado, supondrá un uso incorrecto.** Algunos de los usos incorrectos más frecuentes son la aplicación de colores no corporativos, la modificación del texto (tamaño, color, tipografía y contenido) y la utilización de elementos gráficos alternativos al emblema de la Unión Europea.



## 6. Recomendaciones y buenas prácticas

Con la intención de cada una de las entidades del consorcio tenga los recursos suficientes para llevar a cabo las acciones de comunicación, se recogen una serie de recomendaciones para la elaboración de materiales a continuación:

### 6.1 Recomendaciones para escribir noticias

- Comenzar por lo más importante para captar la atención del lector.
- Responder a las 5Ws: Who?, What?, When?, Where?, Why? en el titular y el primer párrafo.
- Respetar la temporalidad: un evento es más noticiable cuanto antes se comunica.
- Asegurarse de que la noticia es relevante.
- No olvidar el potencial de los protagonistas de la historia: cuando sea posible utilizar una figura pública o reconocida la noticia tendrá más alcance.

### 6.2 Recomendaciones para escribir notas de prensa

- Poner el foco en las 5Ws: Who?, What?, When?, Where?, Why?
- El título debe incluir el hecho noticioso.
- Incluir citas de los coordinadores o personas clave del proyecto.
- Incluir datos relevantes, enlaces e información de contacto.
- Utilizar el modelo de nota de prensa proporcionado por la Agencia Nacional.
- Para más información y ejemplos, consultar el [Press corner de la UE](#).

### 6.3 Recomendaciones para escribir post en redes sociales

- Identificar los canales sociales a utilizar. No todas las redes sociales tienen la misma audiencia o finalidad.

- Adecuar el tono a cada red social. Utilizar recursos como preguntas, citas, emojis y fomentar su participación para que compartan sus experiencias.
- Usar contenido multimedia: imágenes, videos, infografías.
- Ser creativo.
- Terminar la publicación con una llamada a la acción (CTA): registrarse, descargar un documento, hacer una consulta, comentar, compartir el contenido, etc.
- Usar #hashtags correctamente. Utilizar el hashtag del proyecto (#RemotEU) siempre que se haga una publicación y otros relacionados siempre que sean relevantes (por ejemplo #ErasmusPlus).
- Involucrar al público en la comunicación.

## 6.4 Recomendaciones para escribir materiales de comunicación

- Utilizar la regla de las tres R: reducir, reusar y reciclar.
- Usar siempre la identidad visual del proyecto.
- Usar destacados atractivos para resaltar el contenido.

## 6.5 Buenas prácticas en relación a los principios de la UE

### 6.5.1 Principio 1. Inclusión y diversidad

Así como el proyecto debe garantizar la inclusión y la diversidad, también debe hacerlo la comunicación que hagamos del mismo. Se debe comunicar siempre desde el respeto e incluir a todas las personas huyendo de estereotipos, evitando frases o términos que promuevan estereotipos racistas o sexistas, entre otros.

- Las acciones de comunicación deben cuidar tanto el contenido (promoviendo la equidad y la inclusión) como el formato y el estilo.
- Incluir imágenes, iconos y otros emblemas que puedan facilitar la comprensión.
- Cuando se elabore material audiovisual se debe incluir la descripción en el texto y usar subtítulos.

- En cuanto al uso de imágenes, se debe:
  - Usar imágenes donde se muestran personas con discapacidad, así como de diferentes edades, géneros, tamaños, razas, culturas y orientaciones sexuales.
  - Usar imágenes que representen a personas con discapacidades en roles activos y personas de minorías étnicas trabajando en trabajos cualificados.
  - Para más información sobre el uso inclusivo de imágenes consultar la guía [Imágenes que cambian el mundo](#).

### 6.5.2 Principio 2. Sostenibilidad y medio ambiente

Erasmus+ fomenta la sostenibilidad en todos los proyectos que se realizan. Entre las recomendaciones de la institución están:

- Para la elaboración de material promocional hacer uso de productos locales, reciclados, sostenibles o ecológicos y evitar el uso del plástico. Evitar generar un excedente.
- Reducir el uso del papel en las acciones de difusión. Utilizar en su caso códigos QR, Apps, webs o blogs.
- En los desplazamientos de personal utilizar transporte público, tren, bicicleta siempre que sea posible.

### 6.5.3 Principio 3. Transformación digital

RemotEU tiene un carácter eminentemente digital, y esto se debe tener en cuenta también en la difusión del mismo. Se recomienda utilizar herramientas de comunicación y aplicaciones educativas digitales en todo momento, tales como Canva, Prezi, redes sociales, etc.

Las iniciativas que cumplan estos principios podrán ser también difundidas en el marco del proyecto para que otros las conozcan y puedan inspirarse.

## 7. Referencias

Para más información sobre la comunicación del proyecto, inspiración y recursos, consultar los siguientes enlaces:

- [Recursos de comunicación \(SEPIE\)](#)
- [Kit de comunicación Erasmus+ elaborado \(SEPIE\)](#)
- [How to communicate your project \(Comisión Europea\)](#)
- [Directrices de ejecución. Estrategia de Inclusión y Diversidad de Erasmus+ y del Cuerpo Europeo de Solidaridad \(Comisión Europea\)](#)
- [Images that change the world \(Tomas Gunnarsson\)](#)



**RemotEU**



Cofinanciado por  
la Unión Europea