

## 08 COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

### FIJACIÓN DE OBJETIVOS GENERALES

**1ª Misión.** Lograr reconocimiento y notoriedad del prototipo andaluz a nivel local, regional, y nivel nacional, especialmente en los sectores relacionados.

**2ª Misión.** Mejorar la conciencia social y política y los compromisos sectoriales sobre el uso responsable y la utilización de las energías renovables en modos sostenibles de habitar y construir.

**3ª Misión.** Lograr reconocimiento de la competición SDE 2010 a nivel regional.

**4ª Misión.** Contribuir a un posicionamiento de los patrocinadores y de la marca Andalucía en torno a la vanguardia constructiva sostenible.

### DESARROLLO DEL EJE ESTRATÉGICO Y BIFURCACIÓN DEL EJE

**Dimensión A:** orientada hacia la eficiencia y viabilidad industrial y comercial.

*Naming Solarkit*, combina la filosofía sostenible de la casa y de la competición (energía solar y sostenible) con las características diferenciales del prototipo: su carácter desmontable y modular.

**Dimensión B:** promueve el espíritu del proyecto, entendido como plataforma abierta a un nuevo estilo de vida en el área de I+D+i.

*Eslogan "una vida desmontable y energéticamente autosuficiente"* dibuja sobre la marca los valores emocionales que lo atraviesan: las implicaciones socio-medioambientales y, en general, los procesos de investigación y divulgación tanto de las necesidades sociales de nuevas formas de construcción y habitabilidad, y como de los avances tecnológicos al respecto.

### PÚBLICO OBJETIVO Y USO DE LAS HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS

**Flujo 1.** Relaciones con colaboradores y patrocinadores.

- Se abre un equipo de comunicación interno para optimizar las interrelaciones.
- Participación en foros especializados.
- Difusión de contenidos técnicos y especializados:
  - Web de Solarkit ([www.solarkit2010.org](http://www.solarkit2010.org))
  - Facebook (Solarkit Sevilla),
  - Twitter <http://twitter.com/SOLARKITSEVILLA>
  - Youtube <http://www.youtube.com/Solarkit2010>

**Flujo 2.** Relaciones con la prensa. El Gabinete de Comunicación optimizará la relación con los medios, la generación de contenidos y la monitorización de la presencia social de Solarkit.

**Flujo 3.** Campaña de publicidad Below The Line para ciudadanía

- Exposición de maquetas en Universidades, institutos, colegios.
- Visitas y talleres en Institutos de Enseñanza Secundaria.

## 08 COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

- Concurso Solar de fotografía Solarkit/ Certamen creativo "Solarkit, una vida desmontable y energéticamente autosuficiente".
- Presentación en Sevilla del prototipo Andaluz para la competición SDE 2010.
- Participación en Jornadas Técnicas sobre Nuevas formas de Construcción.
- Acciones callejeras: ciudad sin cable, Triathlon contra el CO2, campañas Teaser, etc.

**Flujo 4.** Relación con la Comunidad Universitaria de Sevilla. Se establecerá una vía comunicativa interna con el objetivo de adherir a los miembros de la Universidad de Sevilla a la iniciativa y valores de Solarkit, haciéndoles que se sientan partícipes de este proyecto. Para ello, se incluirá semanalmente información relacionada con SOLARKIT en la Web de Comunicación / [www.comunicacion.us.es/](http://www.comunicacion.us.es/) y en el (BINUS) / <http://servicio.us.es/binus/> /.

**Flujo 5.** Relación con la comunidad universitaria andaluza. Se instaurará una vía comunicativa con universidades andaluzas, con el objetivo de que asuman ser miembros de Solarkit, pues el prototipo adquiere una labor directa de representación de única de Andalucía.

**Flujo 6.** Relaciones con visitantes, personalidades y jueces.

Museología aplicada:

- Adaptación de casa concepto Expo.
- Diseño y protocolo de visita, previendo la experiencia de Solarkit en SDE.

### ETAPAS DE ACTUACIÓN COMUNICACIONAL EJECUTADAS

#### **Etapas preliminar.**

Hasta septiembre 2009. Fase pre-publicitaria basada en la comunicación interna y la búsqueda de apoyos institucionales de base.

#### **Etapas inicio.**

Octubre 2009. Acto de presentación del prototipo a los medios y su marca SOLARKIT, a cargo de sus promotores, la US, E.T. S de Arquitectura y la consejería de Vivienda, es el hito que articula el inicio social del proyecto. El acto coincide con la inauguración de la exposición de maquetas y audiovisuales de la competición SDE 2010 en Sevilla.

Octubre 2009. Ciclo de Conferencia NOON de la E.T.S de Arquitectura: Prototipo de la Universidad de Sevilla. Solarkit, vivienda desmontable, autosuficiente y de bajo coste e inicio de la asignatura libre configuración de la US: "Diseño de detalles y construcción del prototipo de vivienda "Solarkit" en la competición internacional SDE 2010.

#### **Etapas valle**

Noviembre 09-abril10. Etapa central de comunicación del prototipo y la competición basada en:

- Presencia en medios de comunicación especializados, sectoriales y generalistas de tendencias e I+D+i.
- Representación en los principales foros sectoriales
- Acciones publicitarias BTL orientadas a la sensibilización social en torno a los valores del proyecto:
  - *Charlas/taller institutos de Secundarias.* Dado el carácter divulgativo de la competición SDE y de Solarkit hemos previsto un programa de charlas y talleres para los alumnos y personal docente de centros de bachiller en Sevilla.
  - *Concurso de fotografía Solarkit.* (Abierto a toda la comunidad universitaria andaluza). El tema central responde a valores que promueve Solarkit: energía solar y sostenibilidad, permitiendo

## 08 COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

fotografías que represente acciones y efectos del cambio climático así como medidas y actitudes que informen sobre las medidas sostenibles y nuevos modos de construcción y habitar. 20 fotografías serán seleccionadas para ser expuesta durante el marco de presentación de la casa Solarkit en Sevilla. El autor de la instantánea ganadora será nombrado fotógrafo oficial de Solarkit y viajará junto al equipo a la competición SDE.

- Participación *II Jornadas de Construcción Colegio Mayor Hernando Colón*

### Etapa competición

#### *Precompetición:*

- *Presentación del prototipo Solarkit en Sevilla.* Paralelamente se realizarán actividades de difusión hacia la sociedad andaluza de aspectos prácticos de la sostenibilidad: promoción de actitudes responsables en la vida cotidiana, demostración del funcionamiento de las tecnologías de ahorro y energías renovables en viviendas y presentación de ejemplos de la labor de investigación hecha en Andalucía.
  - Programación de actividades en el recinto Solarkit. Inauguración del prototipo Solarkit con autoridades, visitas al prototipo/ visitas guiadas para colegios e institutos, exposición energía renovables, stand de patrocinadores del equipo Solarkit, acto de clausura y presentación de los alumnos del equipo Solarkit.
  - Actividades paralelas. Jornadas técnicas y Foros sobre sostenibilidad y energías renovables aplicadas al campo residencia.
- *Presentación de Solarkit y sus investigaciones en Pecha Kucha Night Sevilla.* La idea fundamental de este encuentro es permitir compartir las ideas de diferentes ámbitos (Diseño, Arquitectura, Fotografía, Arte.) durante una noche, manteniendo un nivel de interés y atención alto mediante presentaciones muy concisas. Para ello se creó el formato 20x20 de Pecha Kucha: a cada presentador se le permite usar 20 imágenes o diapositivas, cada una de de las cuales es mostrada durante 20 segundos.
- *Triathlon contra el CO2.* Fomentar la concienciación social con el Medio Ambiente. Desarrollo de un triatlón cuyo objetivo fundamental es recorrer entre todos los participantes, el mayor número posibles de kilómetros en un tiempo determinado, bien sea a pie, corriendo y en bicicleta
- *Il participación de Solarkit en el Ciclo Conferencia NOON de la EST. de Arquitectura.*

#### *Competición*

- *Visitas guiadas.* (Realidad aumentada): sistema innovador, mezcla entre lo material y lo visual, dándonos una imagen clara de un espacio en tres dimensiones de algo que realmente acabamos de plantear en dos dimensiones. Este sistema se amolda perfectamente a nuestro prototipo ya que se trata de un proyecto modular, haciéndonos ver de esta forma la versatilidad del "Kit de Muebles", puesto que se asocia cada mueble a un Tag (cada elemento base del que surge una imagen en 3D).

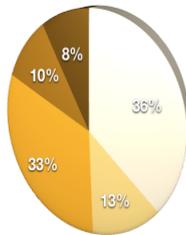
#### *Post-competición.*

- En estas fases el beneficio de marca por asociación de los patrocinadores y colaboradores aumenta progresivamente en cuña a rango internacional.

## 08 COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOCIAL

### Resumen: presencia en Mass Medias de Solarkit

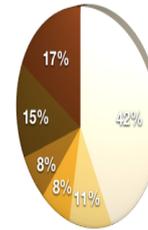
Presencia Mass Media



● Prensa ● Prensa Digital ● Web ● Web de Comunicaciones ● Televisión y Radio

	Prensa	Prensa Digital	Web	Web de Comunicaciones	Televisión y Radio
Mass Media	30	11	27	8	7

Mass Media: Fechas

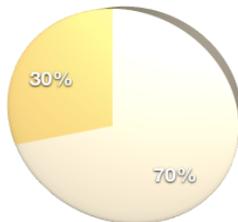


● Octubre ● Noviembre ● Diciembre ● Enero ● Febrero ● Marzo

	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Mass Media	28	7	5	5	10	11

### Presencia en prensa especializada y generalista

Prensa: Generalista y Especializada

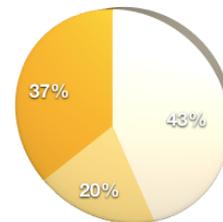


● Generalista ● Especializada

	Generalista	Especializada
Prensa	21	9

### Prensa local, regionalista y nacional

Prensa: Nacional, Regional y Local

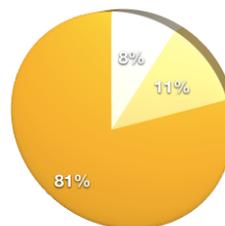


● Nacional ● Regional ● Local

	Nacional	Regional	Local
Prensa	13	6	11

### Seguidores Redes Sociales

Presencia Redes Sociales



● You Tube ● Twitter ● Facebook

	You Tube	Twitter	Facebook
Redes Sociales	47	60	446