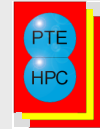


Presentación de los trabajos realizados por el Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

Dña. Carmen Gonzalo
Coordinadora del Grupo
Fundación del Hidrógeno de Aragón,



Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

❖ Objetivo General:

Desarrollar la ***estrategia española de concienciación pública*** sobre las tecnologías del hidrógeno y las pilas de combustible, ***implicando*** a un número creciente de personas y, en último término, al público en general, en el desarrollo de la tecnología, de manera que estén preparados para usar sus aplicaciones en la vida diaria cuando aparezcan en el mercado, e incluyendo aspectos de ***formación y difusión*** para establecer una base sólida de confianza en la nueva tecnología.

Grupos de trabajo de la PTE HPC

➤ Estructura :

▪ Subgrupo de Difusión y Percepción Social:

Objetivo: Analizar la **percepción social actual** sobre el Hidrógeno y las Pilas de Combustible a nivel nacional, y en función de los resultados elaborar un plan de mejora.

▪ Subgrupo de Formación:

Objetivo: Analizar la **formación de estas tecnologías** a todos los niveles: nivel escolar; formación Científico Universitaria; formación Técnico Profesional.

Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

➤ Actividades desarrolladas en 2009

- ❖ Elaboración de un **folleto divulgativo** con información básica sobre las tecnologías del Hidrógeno y de las Pilas de Combustible.
- ❖ Recopilación de todas las actividades relacionadas con la **formación en tecnologías del Hidrógeno** y de las Pilas de Combustible que se están llevando a cabo a nivel nacional (cursos, masters y postgrados).
- ❖ Recopilación de **informes de interés** sobre las tecnologías del Hidrógeno y de las Pilas de Combustible



Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

➤ Actividades desarrolladas en 2009

❖ *Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC (I/VII)*

Objetivo: **conocer la opinión de los miembros de la PTE HPC** en cuanto al *nivel formativo en Hidrógeno y Pilas de Combustible* en los distintos sectores y *analizar las acciones de difusión* que se consideran más adecuadas en función del público objetivo al que van dirigidas.

Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

➤ Actividades desarrolladas en 2009

❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (II/VII)

Publico objetivo	
Sector empresarial	Ind.Química y Gasista
	Ind.Sector Automoción
	Empresas Ing. Y Sist. de control
	Ind.Sector Energético
Sector académico	Educación primaria
	Educación secundaria
	Formación profesional
	Universidad
Instituciones, autoridades y políticos	Administración nacional
	Administración regional
Sector investigación	
Sector sociedad civil	

Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

➤ Actividades desarrolladas en 2009

❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (III/VII)

Valoración del nivel formativo:

- El sector que se considera con **mejor nivel formativo** en cuanto a tecnologías del hidrógeno y pilas de combustible es el **sector investigación**.
- **El sector empresarial** se ha considerado que tiene un **nivel formativo medio**, destacando el nivel del sector de la industria química y gasista y de la industrias del sector energético, frente a otros.
- Los sectores que se han considerado con un **nivel formativo más bajo** son el **sector civil y el académico** (exceptuando el sector universitario).

➤ Actividades desarrolladas en 2009

❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (IV/VII)

Captación de Información

Encuestas por sectores
Recopilación en medios de comunicación
Recopilación a través de AeH2, APPICE...
Entrevistas a grupos focales
Internet

Se considera que el método más adecuado para **captar información** es a través de **entrevistas personales y a grupos focales**, y la recopilación de datos de interés por parte de las organizaciones del sector (AeH2, APPICE, etc...).

Tipos de acceso al público objetivo

Internet/mail
Teléfono
Personalmente

El medio más empleado para comunicarse con el público es **internet**, seguido de la comunicación personal.

Grupo de Formación, Difusión y Percepción Social

➤ Actividades desarrolladas en 2009

- ❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (V/VII)

Impacto de las acciones de difusión sobre el público objetivo

- Se considera que la creación de **proyectos demostrativos** es el mejor método para difundir las tecnologías del hidrógeno y las pilas de combustible, seguido de los congresos y seminarios.
- Los folletos informativos se han considerado como el medio de difusión menos eficaz para divulgar estas tecnologías.

Actividades desarrolladas en 2009

❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (VI/VII)

Impacto de las acciones de difusión sobre el público objetivo

Acción / Público	Sector empresarial	Sector académico	Instituciones, autoridades	Sector investigación	Sector sociedad civil
Difusión en medios de comunicación	3,2	3,1	3,5	2,8	4,1
Presentaciones y sesiones informativas	3,5	3,7	3,5	3,6	2,5
Panfletos de difusión de H2	2,7	2,9	2,7	2,7	3,1
Creación concursos o premios en H2 y PC	3,1	3,9	2,8	3,8	2,5
Creación de proyectos demostrativos	4,1	3,7	3,7	4,2	3,1
Congresos/seminarios	3,5	4,2	3,1	4,6	2,2



Actividades desarrolladas en 2009

- ❖ Encuesta enviada a los miembros de la PTE HPC: (VII/VII)

Impacto de las acciones de difusión sobre el público objetivo

- Para el **sector empresarial**, la creación de proyectos demostrativos es la acción con mayor impacto.
- En el **sector académico**, la celebración de congresos y seminarios se ha considerado como la opción de mayor impacto.
- En el **sector institucional**, se considera que la creación de proyectos demostrativos tiene un impacto mayor.
- En el **sector de investigación**, los congresos y seminarios se han considerado como las acciones de mayor impacto.
- En el caso de la **sociedad civil**, la difusión en medios de comunicación ha sido valorada como la acción de mayor impacto.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN
