

PDE 2020

Innovación para el futuro

**Ingenieros de Caminos,
una profesión
al servicio de la sociedad**

**Apuesta por la mejora de
la profesión**



**Colegio de
Ingenieros de Caminos,
Canales y Puertos**

Edición 3 de abril



**Colegio de
Ingenieros de Caminos,
Canales y Puertos**

PDE 2020 - COLEGIO DE INGENIEROS DE CAMINOS

I. RESUMEN EJECUTIVO (4 a 19)

I. ENFOQUE	4
II. ESTRUCTURA DEL PDE	7
III. ORGANIZACIÓN PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PDE	8
IV. MEDIDAS DEL RESUMEN EJECUTIVO	9

II. DESARROLLO DE LAS MEDIDAS DEL PLAN (20 a 57)

I. COLEGIO- ESCUELAS	21
II. FORMACIÓN DE MÁXIMO NIVEL	25
III. EMPLEO DE CALIDAD	29
IV. VISADO Y CERTIFICACIÓN	32
V. CONSOLIDAR EL THINK HUB. FUNDACIÓN CAMINOS	35
VI. PRESENCIA ANTE ORG. POLÍTICOS, ADMVOS. Y EMPRESARIALES	37
VII. LIDERAZGO DE LOS COLEGIADOS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN	41
VIII. MODERNIZACIÓN DEL COLEGIO	44
IX. SERVICIOS PARA EL INGENIERO DEL FUTURO	47
X. PROYECCIÓN Y SERVICIOS INTERNACIONALES	50
XI. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	54



El futuro no está escrito. Pero todos tenemos la obligación de avanzar hacia un destino que nos permita identificar cuáles son las decisiones que incrementan la probabilidad de alcanzar escenarios favorables. Es un debate de hoy para que el mañana, sea cual sea, nos coja preparados.

El enfoque del PDE, Plan Director de Estrategia 2020 es eminentemente participativo. En él, queremos involucrar a un amplio y variado número de agentes profesionales, empresariales e institucionales, así como expertos y prescriptores en los sectores estratégicos de nuestra economía.

En un mundo globalizado, en el que el proteccionismo es un recurso estéril, la innovación es lo que determina el potencial de crecimiento de una economía. El anterior modelo se basaba en buscar la competencia vía precio, es decir, haciendo las cosas más económicas. En el próximo ciclo debemos competir por valor añadido, haciendo las cosas mejor.

Transitar de un escenario a otro, aún asumiendo que ninguno de los dos se refleja por completo en todas las actividades, implica cambios importantes que deberíamos acometer desde ahora: innovación, internacionalización, economía del conocimiento y modernización liderando la actividad en los sectores estratégicos.

Los nuevos retos que para el ejercicio profesional de los Ingenieros de Caminos tiene planteados la sociedad del conocimiento en un contexto global cada vez más exigente, nos demanda profundizar en la modernización de nuestro Colegio, ya que, hoy más que nunca, es indispensable que seamos capaces de reflexionar sobre el medio y largo plazo para orientar estrategias y abordar nuevos retos. Es decir, para garantizar la utilidad de la institución.

Somos plenamente conscientes de la enorme relevancia de la innovación y del capital humano como fuente de competitividad y crecimiento de un país. Como respuesta a este desafío, nuestra profesión necesita incorporar la innovación como parte de sus cimientos y valores. Por este motivo, el Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos presenta el Plan Director de Estrategia 2020, con el objetivo de incorporar, de forma rápida y eficaz, la innovación en los sectores estratégicos para impulsar la recuperación económica y favorecer el desarrollo, siempre al servicio de la sociedad.

El PDE 2020 se articula en las Medidas que proponen 11 grupos de trabajo sobre los temas candentes de la profesión que permitirán culminar la modernización del Colegio y ofrecer nuevas soluciones que se podrán visualizar a través de la Fundación Caminos como el 'think hub' para situar a la profesión en un papel de liderazgo e influencia en relación con las organizaciones políticas y empresariales.

Con la estabilidad económica asegurada durante los últimos años y con las oportunidades de proyección pública que facilita la Fundación Caminos, el PDE 2020 es la herramienta para apuntar aquellas medidas que facilitan la colaboración con las Escuelas y la formación al máximo nivel, así como garantizar el empleo de calidad, la modernización del visado y la certificación, la transformación digital y los servicios para el ingeniero del futuro.





La diversidad no es un obstáculo, sino una riqueza. Así es la sociedad, diversa, hay hombres y mujeres; jóvenes y mentes jóvenes; norte y sur, oriente y occidente. Culturas diferentes, ámbitos diversos y capacidades multidisciplinares. La clave del éxito es integrar sus valores y su voluntad hacia objetivos compartidos.

Los grandes programas nacionales, las empresas y los objetivos de las corporaciones y de los profesionales tienen la necesidad, hoy tal vez más que nunca, de entenderse, de colaborar y, para ello, el primer paso es reconocer la diversidad.

La profesión de ingenieros de Caminos es un buen ejemplo de un ejercicio basado en la diversidad. Nuestros ingenieros trabajan en los sectores estratégicos más avanzados, de nuevas tecnologías e innovación. Por ello, es esencial activar el diálogo para tender puentes, superar conflictos y promover un mejor entendimiento entre los pueblos.

Cada vez son más necesarios profesionales que resuelven problemas en distintos campos, en diferentes áreas. Los especialistas no se pueden limitar a un sector concreto, sino que pueden y deben aplicar sus conocimientos y experiencia al servicio de una nueva sociedad que demanda soluciones y aplicaciones en la diversidad.

Todos debemos sensibilizar a los actores económicos y a la sociedad en la necesidad de invertir en políticas públicas relacionadas con la diversidad cultural y el diálogo, dirigidas a desarrollar conocimientos y aptitudes interculturales. En consecuencia, solo será viable un frente común para superar las dificultades presentes, lo que –a la vez– permitirá abrir nuevas vías hacia un mejor entendimiento y una cooperación reforzada. Demos una oportunidad a un diálogo que, más allá de las palabras, obtenga resultados en la diversidad. Esta es la propuesta de los ingenieros de Caminos.

Visión	LIDERAZGO	INFLUENCIA	EFICIENCIA
Misión	Impulso del reconocimiento de los ICCP como profesionales de prestigio al máximo nivel	Actuación activa del Colegio y de los ingenieros en los ámbitos nacional e internacional, claves a nivel económico y social	Optimización de la organización interna y de la capacidad de servicio a los Colegiados
Objetivos / Líneas de Actuación	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con las Escuelas y la Admón (Educación) para ampliar el reconocimiento del título de Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. • Incrementar la formación aportada por el Colegio • Destacar la formación, capacidad e imagen de las ICCP como referentes en Desarrollo Sostenible y cambio climático • Impulsar la presencia en los sectores frontera: gestión, admones públicas, consultoría, medio ambiente, energía, ciudades inteligentes, socimis... • Fomentar el liderazgo en nuevas tecnologías: agenda digital, Big Data... • Promover la certificación de la experiencia y capacidades de los Colegiados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia y actuación ante órganos políticos y administrativos y ante foros empresariales y financieros • Aprovechar las ventajas del conjunto Colegio-Asociación-Fundación para multiplicar presencias • Consolidar el 'ThinkHub Caminos' • Optimizar la comunicación bidireccional con los Colegiados y con la sociedad • Aprovechar las ventajas del conjunto Colegio-Banco-Mutua • Promover el "networking" incorporando redes sociales. Impulsar/ampliar el proyecto en curso. • Presencia activa en iniciativas solidarias y de cooperación al desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la organización interna: estructura, digitalización, plataforma tecnológica, ... • Poner en valor activos del Colegio: contenidos, relaciones, "marca", ... • Coordinación y unidad de acción con las Demarcaciones en aspectos estratégicos. • Completar y mejorar los servicios a los Colegiados • Optimizar los servicios y la organización Internacional • Analizar oportunidades para optimizar la transparencia y la ética en el funcionamiento del Colegio y en la profesión • Incorporar las prioridades de las nuevas generaciones (millennials). • "Volcar el Colegio hacia fuera"

COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN





PDE ANTERIOR

- Se consiguió un aumento de la precolegiación de los alumnos del Máster
- Se fomentó la colegiación entre los egresados
- Se han consolidado las reuniones de coordinación con los directores de las Escuelas de ICCP.

I. COLEGIO-ESCUELAS

- 1 Realizar JORNADAS de Presentación en las Escuelas y Otros ámbitos
- 2 Crear un grupo de trabajo con los DELEGADOS DE ALUMNOS
- 3 Potenciar la Conferencia de DIRECTORES DE ESCUELAS de Ingenieros de Caminos
- 4 Obtener Sellos Internacionales de ACREDITACIÓN
- 5 Diseñar Planes de Colaboración COLEGIO-ESCUELAS
- 6 Publicación en la REVISTA DE OBRAS PÚBLICAS



SITUACIÓN ACTUAL

- Formación heterogénea entre las Demarcaciones.
- Mejorar los ingresos por formación, evitar déficit.
- Como entidad de formación, tramitar bonificación de las empresas y subvenciones públicas.

II. FORMACIÓN DEL MÁXIMO NIVEL

7 Proponer a las Escuelas los Planes de Estudio. Crear un PORTAL DE FORMACIÓN: DIFUSIÓN y publicidad de los CURSOS

- Plataforma única de tele formación
- Colaboración entre las DEMARCACIONES
- Aumentar la oferta formativa global

8 FIDELIZAR para los Colegiados, bonos descuento

9 Fomentar PRÁCTICAS no laborales para:

- Inserción en el mundo laboral
- Precolegiación: formación con el Colegio

10 Integrar formación continua con certificación profesional



PDE ANTERIOR

- Encuentros con empresas y entidades y que sean yacimiento de empleo
- Oportunidades de empleo sector público
- Programa de Becas/Reinserción laboral
- Programa de voluntariado de apoyo al empleo: mentoring/coaching
- Créditos blandos. Potenciar formación dirigida al empleo
- Cuota solidaria
- Promoción del empleo internacional
- Paso de Bolsa de Empleo a Agencia de Colocación

III. EMPLEO DE CALIDAD

11 PERFILES profesionales demandados

- Sectores de mayor empleabilidad, ámbitos nacional e internacional
- Capacidades en sectores estratégicos
- PONER EN VALOR a nuestros profesionales

12 CAPACIDADES, habilidades, destrezas y competencias de nuestros profesionales en sectores frontera

- Complementar con formación específica

13 Necesidad de profesionales

- Empresas generalistas y empresas especializadas
- Empresas con proyección internacional
- Administraciones públicas
- Organismos internacionales

14 JORNADAS para sectores con mejores salidas profesionales

- Plan de Emprendedores



PDE ANTERIOR

- Edición del Folleto 'Visado, certificación y acreditación'
- Implementación de la Certificación de Actuaciones Profesionales (CAP)
- Primeros pasos en la Acreditación de Profesionales
- Actualización de normas de visado y revisión de las normas de percepción colegial por visado
- Fomento del visado a través de nuevos convenios

IV. VISADO Y CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

15 REQUERIMIENTOS DE TRABAJOS PROFESIONALES: Contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas

16 Disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado (CAP y CEP).

17 Adaptación de la oferta de servicios de certificación

- Certificados internacionales

18 Reglamento de acreditación, aprobación y publicación

19 Reglamento de certificación



PDE ANTERIOR

- La Fundación Caminos es el think hub para situar a la profesión en un horizonte de futuro: jornadas, conferencias, mesas redondas y otros foros.
- El Foro Global de Ingeniería y Obra Pública que se desarrolla en la UIMP de Santander y que ya prepara su IV edición, se consolidado como la plataforma anual de debate sobre el futuro de la profesión.

V. FUNDACIÓN CAMINOS. THINK HUB

20 PROSPECTIVA DE SECTORES: Líneas de Futuro, TECNOLOGÍAS e INNOVACIÓN

21 Nuevos PREMIOS reconocimiento profesional

22 Jornadas y FOROS de debate

- Visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad

23 FOROS de debate, con estructura INTERNACIONAL



PDE ANTERIOR

- La Fundación Caminos está siendo el vehículo top de la estrategia de comunicación para proyectar el papel de liderazgo de la profesión, con un protagonismo clave, junto al Colegio, en la internacionalización de los Colegiados, sobre todo por la proyección global de nuestras empresas y profesionales, al convertirse en plataforma de debate público.
- El Foro de Santander y en los ciclos de Desayunos, Jornadas, Encuentros, Entrega de premios y otros actos, se convierten en el canal idóneo en la estrategia de relación con Administraciones Públicas y organizaciones empresariales.

VI. IMPLICAR A ORG. POLÍTICOS, ADMVOS. Y EMPRESARIALES

24 ESTABLECER RELACIÓN con Administraciones Públicas

- Iniciativas legislativas de interés para los ingenieros de Caminos. Políticas sectoriales

25 COLABORAR con organizaciones empresariales y sectores estratégicos

- Contacto con las empresa LÍDERES

26 PLAN DE ACCIÓN en foros de debate y proyección pública

- Foro Global de Ingeniería y Obra Pública
- Desayunos informativos. Encuentros con medios

27 IMPLICARSE con organismos INTERNACIONALES

- Entidades financieras de inversión y bancos internacionales
- Organizaciones de Cooperación Internacional

28 INNOVAR en red con organismos oficiales o privados

- Esfera empresarial y académica (Universidades) en las que se incentiva la innovación/creación de nuevas empresas



PDE ANTERIOR

- El nuevo paradigma, tanto del empleo como de la proyección de los ingenieros de Caminos, se debe abordar en el marco de un programa ambicioso de innovación y desarrollo (I+D+i).
- Los sectores estratégicos más innovadores de una economía competitiva son aquellos en los que la transformación digital es un hecho.

VII. LIDERAZGO DE LOS INGENIEROS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN

29 Formar y cualificar a los Ingenieros de Caminos en la TRANSFORMACIÓN DIGITAL.

30 Difundir, intercambiar conocimientos y fomentar el NETWORKING

31 Liderar ACTUACIONES del Colegio frente a Administraciones y Empresas. Crear la Oficina de Transformación Digital del Colegio

32 Colaborar con los Planes de INNOVACIÓN de las Administraciones Públicas



PDE ANTERIOR

- Modelo económico: Criterios homogéneos para la elaboración de los escenarios de financiación y reparto de ingresos. Se definió un Plan de Convergencia, se mejoró la financiación externa y se definieron criterios presupuestarios homogéneos para todos los centros del Colegio
- Modelo territorial: Se categorizaron las Demarcaciones en tres grupos en función de su solidez financiera y su número de Colegiados adscritos. Se analizó y promocionó un modelo de plataforma única en cada Demarcación.
- Nuevos servicios: Plataformas de Servicios en torno a las Demarcaciones de mayor tamaño para mejorar la prestación de las de menor tamaño.
- Implantación de un modelo de coordinación Colegio-Asociación

VIII. MODERNIZACIÓN DEL COLEGIO

33 Optimizar la organización interna: ESTATUTOS, MARCA, estructura, digitalización, plataforma tecnológica. Web, APPs

34 Simplificar, integrar y automatizar los PROCESOS internos del Colegio. Mejorar del Modelo de GESTIÓN interna

35 Prestar SERVICIOS de valor para sus Colegiados y la sociedad en general

36 Poner en valor los ACTIVOS materiales e inmateriales y la MARCA

- Capital de conocimiento
- Servicios a los Colegiados



PDE ANTERIOR

- Establecimiento de tres niveles de servicios jurídicos
- Desarrollo de Cortes de Arbitraje de Demarcación.
- Creación de la institución de mediación MediaCAMINOS
- Desarrollo de la plataforma de servicios internacionales
- Implementar los servicios de normativa técnica internacional y de licitaciones

IX. SERVICIOS DE LAS DEMARCACIONES PARA EL INGENIERO DEL FUTURO

37 Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES

38 Impulsar SINERGIAS con entidades próximas: Mutualidad, FAM y Banco Caminos

39 Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES

40 Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials

41 Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales



PDE ANTERIOR

- Cuatro nuevos acuerdos bilaterales: México, Colombia, Chile y Cuba.
- Aumento del número de representantes del CICCPC en cargos directivos en OOII (WCCE, ECCE, CICPC y FMOI).
- Monitorización y reducción del número de profesionales con actividad profesional exterior NO DECLARADA.
- Puesta a disposición de recursos, publicaciones y herramientas accesibles vía web (p.ej canal YOUTUBE)
- Ampliación de la cartera de servicios de certificación ofreciendo su legalización consular o equivalente.
- Campaña por una mejor certificación de la capacitación de equipos en procesos de compra pública en el exterior.
- Servicio de orientación multicanal de apoyo a Colegiados en aspectos relativos al desplazamiento y ejercicio profesional en destino.
- Modelo de Representación del CICCPC en el extranjero de apoyar al colectivo de Colegiados ejercientes.

X. PROYECCIÓN Y SERVICIOS INTERNACIONALES DESDE LA SEDE CENTRAL DEL COLEGIO

42 Reforzar el vínculo del Colegio con sus Colegiados mediante la reformulación, ampliación y visibilización de la oferta de prestaciones y servicios, permitiendo su uso efectivo independientemente de la localización geográfica del usuario

43 Desarrollar un marco continuado de colaboración con los Representantes del CICCPC en el extranjero, que permita canalizar las necesidades del colectivo en cada país

44 Poner en marcha una estructura de comunicación multicanal específica que incluya un programa anual de actividades en el exterior

45 Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral

46 Liderar una estrategia de proyección internacional de la Ingeniería Española acorde y congruente con la influencia de nuestro sector empresarial



PDE ANTERIOR

- Incremento de la precolegiación.
- Asistencia de altos cargos a los encuentros organizados por la Fundación Caminos.
- Incremento de la participación de los Colegiados online y offline.

XI. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

47 ESTRATEGIA: comunicación ágil y coordinada

48 SERVICIO DE ESTUDIOS. Aportación de información a los medios. Comunicación de carácter bidireccional

49 AGENDA: planificación de encuentros y eventos

50 CANALES DE COMUNICACIÓN: Boletín, newsletter, ROP, Informes de posición, Redes sociales e influencers

**DESARROLLO
DEL PLAN**

**Antecedentes,
objetivos,
medidas e
indicadores**

1 ANTECEDENTES

En el PDE anterior los objetivos establecidos eran los siguientes:

- Aumento de la precolegiación de los alumnos del Máster
- Fomento de la colegiación entre los egresados
- Consolidación de las reuniones de coordinación con los directores de las Escuelas

En la actualidad cabe considerar, desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa, que:

- Los niveles de precolegiación de los alumnos del Máster y de egresados, cuyos datos y evolución se trata en las reuniones que se mantienen con los directores de las Escuelas, están alrededor del 65%, con variaciones notables entre las diferentes Escuelas. Se ha producido incremento de la precolegiación de los estudiantes del Máster y de la colegiación de los egresados que, no obstante, hay que mantener y mejorar.
- Se han consolidado las reuniones que el Colegio mantiene con los directores de las Escuelas de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos con el objetivo de poner en común todos los temas que afectan a la profesión y a la formación en las Escuelas de la titulación, entre los que se encuentran la marcha de implantación del Máster, el proceso de acreditación de nuestras Escuelas, con las acreditaciones EUR-ACE y ABET, sellos de nivel reconocido internacionalmente.
- Existe preocupación en el Colegio por el descenso de demanda de nuestros estudios, la proliferación de Escuelas y el número de plazas que ofertan, situación que impide la búsqueda de la excelencia del título de Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos.
- Una vez conseguido el reconocimiento del título de Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos con el nivel 3 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), aprobado en el mes de mayo de 2015, se está trabajando en la definición de un acuerdo sobre un modelo de integración de los estudios conducentes al título de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos.
- Se plantea la necesidad ciertas mejoras en los procesos universitarios y de la formación que se imparte en las Escuelas para poder agilizar posibles cambios en los planes de estudio, incluir habilidades y competencias que demanda el sector empresarial u otros cambios que pudieran ser recomendables.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

- Difusión de la profesión en ámbitos de formación preuniversitaria y en la sociedad, en general, para mejorar su conocimiento y presencia, y aumentar la demanda de estos estudios.
- Aumento de la precolegiación de los estudiantes del Máster y de las colegiaciones de recién titulados.
- Aprobación, implantación y consolidación de un plan integrado de estudios de Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos en un grupo de Escuelas, y otras medidas que favorezcan una mayor relación de las Escuelas y planes de estudios con las empresas, la innovación, el emprendimiento y la transferencia.
- Continuación del Grupo de trabajo Colegio-Directores de Escuelas.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. REALIZACIÓN DE JORNADAS DE PRESENTACIÓN EN LAS ESCUELAS Y OTROS ÁMBITOS

Se plantea continuar con la difusión de la función, características y actividades del Colegio que puedan interesar a los alumnos de los últimos cursos y a los recién Colegiados. Todo ello en relación con la profesión, las áreas formativas del Colegio (cursos y formación permanente), como con las que afectan a las oportunidades laborales en sectores propios de la titulación o en sectores no tradicionales, además de las jornadas sobre las oposiciones más interesantes: cuerpo del Ministerio de Fomento, cuerpo Superior de Administradores Civiles del Estado, Cuerpo Superior de Sistemas y Tecnologías de la Información de la Administración del Estado, etc. Igualmente se plantea la necesidad de impulsar medidas para difundir la profesión en alumnos de educación primaria y secundaria (Olimpiada y programa Betancourt)

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Acometer periódicamente presentaciones informativas sobre el Colegio en las Escuelas.

o Realizar, por lo menos, una jornada al trimestre que sea considerada, de interés para estudiantes y clasificarla como tal, manteniendo precios reducidos para estudiantes preColegiados en el caso de las que sean de pago.

o Crear una etiqueta que signifique “Interesante para estudiantes” e insertarla en las jornadas que así sean consideradas. Esta medida entroncaría con el Grupo de trabajo de comunicación.

o Crear un perfil en redes sociales llamado “ESTUDIANTES CAMINOS” para la difusión en redes de noticias relacionadas con los estudiantes. Esta medida entroncaría con el Grupo de trabajo de comunicación.

2. ESTABLECIMIENTO DE UN GRUPO DE TRABAJO CON DELEGADOS DE ALUMNOS

Establecimiento de un grupo de trabajo estable con delegados de alumnos de las Escuelas, representantes del Colegio, de la Asociación y de la Fundación Caminos con objeto de que sirva de altavoz para la comunicación de las inquietudes de los estudiantes y de difusión de la labor del Colegio, Asociación y Fundación entre ellos. Además dicho grupo de trabajo habilitará los procedimientos de comunicación y recogida de información de aspectos profesionales, laborales, formativos, etc. que puedan interesar a los estudiantes de la carrera, a fin de poner en marcha las iniciativas necesarias en el Colegio que puedan satisfacer las necesidades enunciadas.

Se proponen la siguiente acción concreta:

o El grupo de trabajo celebrará reuniones semestrales para cumplir con los objetivos señalados.

3. CREACIÓN DEL OBSERVATORIO DE LAS ESCUELAS DE CAMINOS

En el seno del anterior PDE se creó la llamada “Conferencia de Directores de Escuelas de ICCP”. En esta edición del PDE se pretende potenciar este instrumento para conseguir, entre otras aspectos, que recoja la información relativa a la formación, características de las Escuelas, oferta de plazas, otros estudios, etc. Se podrá así mantener un portal informativo de apoyo y difusión para las actividades tanto de las Escuelas como de las organizaciones profesionales.

Se proponen la siguiente acción concreta:

o Creación de un portal web incluido en la Web del Colegio.

4. INFORMACIÓN SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE SELLOS INTERNACIONALES DE ACREDITACIÓN

La obtención de sellos internacionales (EUR-ACE, ABET) es un objetivo que puede redundar en la calidad de la formación y que otorga reconocimiento a los titulados de las Escuelas acreditadas, tanto en Europa (EUR-ACE) como en el ámbito anglosajón (ABET). A la vez dichas acreditaciones suponen en algunos casos ventajas de afiliación profesional, por ejemplo en el caso de la ASCE.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Realizar jornadas sobre los Sellos internacionales de acreditación para difusión de los diferentes tipos, ventajas, etc.

o Incluir en el Portal Web del Observatorio de las Escuelas de Caminos información sobre los principales sellos internacionales existentes y los que tiene acreditado cada Escuela.

5. DISEÑO PLANES DE COLABORACIÓN COLEGIO-ESCUELAS.

Las reuniones que periódicamente se celebran entre el Colegio y los Directores de las Escuelas han permitido mantener contacto, debate de aspectos de interés compartidos y favorecer mutuamente el intercambio de información y la puesta en marcha de algunas iniciativas de interés para todos. Consecuentemente, se trata de intensificar o reforzar las iniciativas en ese sentido.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Analizar los planes de estudios de las Escuelas y proponer mejoras que incluyan aquellas materias que actualmente se demandan en los sectores empresariales.

o Apoyar las actividades de innovación y transferencia que se desarrollan en las Escuelas como lazo con el sector empresarial. Desde la comisión de Docencia ya se está poniendo en marcha un blog de innovación.

o Creación del mapa de innovación y transferencia en las Escuelas.

o Crear Redes Empresas-Escuelas que nos permitan el desarrollo de prácticas externas así como trabajos fin de máster en empresa.

o Convocar becas para estudiantes de máster para que puedan realizar su TFM en empresas de prestigio durante el segundo cuatrimestre de cada curso lectivo.

o Puesta en marcha de iniciativas que permitan captar talento en las Escuelas (Becas de Excelencia).

6. PUBLICACIÓN EN LA REVISTA DE OBRAS PÚBLICAS.

La ROP ha sido impulsada en los últimos años procediendo a su rediseño y relanzamiento, con una estructura de publicación que va sucediendo números de carácter monográfico y ediciones de contenidos diversos. La iniciativa que se plantea pretende recoger periódicamente la información relevante sobre las Escuelas en la revista.

Se proponen la siguiente acción concreta:

o Publicación de artículos, noticias, etc. en la Revista de Obras Públicas con información sobre la actividad de las Escuelas de Caminos

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Jornadas de presentación en las Escuelas y otros ámbitos	Vicent Esteban/Francisco Martín
2	Creación de un grupo de trabajo con los delegados de alumnos	Eduardo Echeverría/Pedro Díez Mejía
3	Potenciación de la Conferencia de Directores de Escuelas de Ingenieros de Caminos	Vicent Esteban/Montserrat Zamorano
4	Obtención de sellos internacionales de acreditación	Vicent Esteban/Francisco Martín
5	Diseño de planes de colaboración Colegio-Escuelas	Eduardo Echeverría/Montserrat Zamorano
6	Publicación en la Revista de obras Públicas	Eduardo Echeverría/Pedro Díez Mejía

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Jornadas de presentación en las Escuelas y otros ámbitos	Viajes a las escuelas/Reuniones
2	Creación de un grupo de trabajo con los delegados de alumnos	Viajes a las escuelas/Reuniones
3	Potenciación de la Conferencia de Directores de Escuelas de Ingenieros de Caminos	Creación portal web/Reuniones
4	Obtención de sellos internacionales de acreditación	Realización de Jornadas/Creación web/Reuniones
5	Diseño de planes de colaboración Colegio-Escuelas	Creación web/Creación mapa innovación/Becas de excelencia/Reuniones
6	Publicación en la Revista de obras Públicas	Reuniones

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Jornadas de presentación en las Escuelas y otros ámbitos	Periodo completo

2	Creación de un grupo de trabajo con los delegados de alumnos	1 año
3	Potenciación de la Conferencia de Directores de Escuelas de Ingenieros de Caminos	1,5 años
4	Obtención de sellos internacionales de acreditación	Periodo completo
5	Diseño de planes de colaboración Colegio-Escuelas	Periodo completo
6	Publicación en la Revista de obras Públicas	0,5 años

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Jornadas de presentación en las Escuelas y otros ámbitos	2
2	Creación de un grupo de trabajo con los delegados de alumnos	2
3	Potenciación de la Conferencia de Directores de Escuelas de Ingenieros de Caminos	2
4	Obtención de sellos internacionales de acreditación	3, 4
5	Diseño de planes de colaboración Colegio-Escuelas	5
6	Publicación en la Revista de obras Públicas	6,10 del PDE

5

INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Número de presentaciones/año	Índices de precolegiación y colegiación
2	Número de reuniones/año	Índices de precolegiación y colegiación
3	Creación	Número de visitas
4	Nº de sellos obtenidos por las Escuelas	Incremento registrado
5		
6	Publicación en la ROP	

1 ANTECEDENTES

En el PDE anterior los objetivos establecidos eran los siguientes:

- Continuar el proceso de formación del ingeniero de caminos
- Convertir la formación continua colegial en un pilar de los servicios ofrecidos por el Colegio
- Prestigiar los programas formativos ante los Colegiados
- Facilitar el cambio de sector de los Colegiados, poniendo el foco en el empleo
- Obtener el reconocimiento de Universidades, Administración, y Asociaciones empresariales
- Acciones dirigidas a obtener acreditaciones académicas oficiales internacionales
- Coordinación entre Sede Central y Demarcaciones en la prestación del servicio
- Se planteaba estructurar el servicio de formación en tres niveles:
 - Servicio gratuito: vídeos, charlas filmadas, enlaces web, etc.
 - Servicio de pago de bajo coste: sobre plataforma moodle. Online y semipresenciales
 - Servicio de formación permanente, con prácticas en empresas: presenciales, videoconferencia.

Se planteaba el siguiente plan de implantación:

- Preparación del listado de materias y programas para formación no permanente en función de la actualidad u oportunidad (primer y segundo nivel)
- Preparación anual del listado de materias y programas para formación permanente (segundo y tercer nivel)
- Procedimentar a nivel general en el Colegio el servicio de formación y conseguir la acreditación que para este servicio dispone ya por ejemplo la Demarcación de Valencia.
- Búsqueda y selección de Ponentes/Docentes de reconocido prestigio y experiencia, tanto desde el punto de vista del conocimiento de la materia como de su capacidad pedagógica.
- Seguimiento del mercado laboral de sectores menos afectados por la crisis (nichos).
- Acuerdos con empresas y entidades de colaboración en los cursos con prácticas de trabajo combinadas para potenciar la búsqueda de empleo
- Convenios y/o colaboración con Universidades, Administraciones, otros Colegios, Escuelas de Negocios, etc.
- Metodología para difusión, matriculación y base de datos por alumnos y ponentes.
- Creación y/o mejora de la plataforma Online.
- Potenciar/Incentivar la presencia de Colegiados funcionarios de la Administración, a nivel de ponentes y alumnos.

- Gestionar subvenciones Tripartita.
- Agrupar a las Demarcaciones por plataformas de servicios.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

- Posicionar al Colegio como una marca reconocida y prestigiosa de formación
- Convertir la formación en una fuente de ingresos netos para el Colegio
- Establecer un mecanismo de coordinación interna de la formación
- Utilizar la formación como servicio de atracción y fidelización de la colegiación
- Integrar la formación en la certificación profesional.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. ESTABLECER UN SISTEMA EFICAZ Y COMÚN DE DIFUSIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS CURSOS Y DISPONIENDO DE UNA PLATAFORMA ÚNICA DE TELE FORMACIÓN

o Todos los cursos que se organicen desde el Colegio se difundirán en un repositorio web común (no exclusivamente). En este repositorio se integrará el formulario de matrícula, lo que permitirá gestionar los datos de todos los alumnos que participen en cursos y de todos los docentes, generando un fichero común de datos de formación.

o Todos los cursos que organice el Colegio, online, se gestionarían desde una plataforma moodle común para todo el Colegio, abaratándose la organización de los cursos y permitiendo a las demarcaciones pequeñas acceder a esta tecnología.

o Tanto la web como el moodle generarán ingresos mediante el alquiler de su espacio a otros organizadores de cursos, y mediante la admisión de publicidad.

2. ESTABLECER UN SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS PARA FACILITAR LA COLABORACIÓN ENTRE LAS DEMARCACIONES Y AUMENTAR LA OFERTA FORMATIVA GLOBAL

o Este sistema de distribución incluirá el reparto económico de ingresos y gastos entre las demarcaciones organizadoras y las demarcaciones difusoras, basado en la procedencia del alumno.

o Se propondrán recomendaciones generales de remuneración de profesores y precios de matrícula, descuentos, duración de cursos, etc.

3. CREAR ELEMENTOS DE FIDELIZACIÓN PARA LOS COLEGIADOS, TIPO BONOS DESCUENTO

o Se definirán bonos descuentos y otros sistemas de fidelización para los Colegiados.

o A partir de la coordinación, se generará una planificación anual de la oferta básica de formación del Colegio.

o Se aprovechará que el Colegio es entidad de formación, haciendo que el coste para las empresas disminuya o desaparezca, a través de la gestión de la bonificación de la Fundación Tripartita.

o Se promoverá una política de precios especiales para los alumnos pre Colegiados y desempleados.

4. FOMENTAR LA REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS NO LABORALES COMO MEDIO DE INSERCIÓN EN EL MUNDO LABORAL Y QUE LOS PRE COLEGIADOS REALICEN FORMACIÓN CON EL COLEGIO

o Se fomentará la organización de cursos que incluyan la realización de prácticas no laborales como complemento y mejora de los mismos.

o Se aprovechará el apoyo de la Administración para la realización de prácticas no laborales, como medio para combatir el desempleo.

o Se trabajará para conseguir subvenciones a nivel estatal y autonómico para la formación de desempleados y empleados.

5. ORGANIZAR CON LA UNIVERSIDAD FORMACIÓN DE MÁSTER Y ESPECIALISTA

o Se aprovechará la posibilidad de crear títulos propios de las Universidades para crear programas de máster y especialista, enfocados a la Ingeniería.

o Se colaborará con los ingenieros de caminos profesores de Escuela, para la implementación

de títulos de máster que vayan adaptándose a las nuevas necesidades de formación especialista de los Colegiados.

6. INTEGRAR LA FORMACIÓN CONTINUA CON LA CERTIFICACIÓN PROFESIONAL

o La formación continua se organizará pensando en su integración en el sistema colegial de certificación profesional.

o Se definirán los parámetros de calidad que validen la formación para que sirva para la certificación profesional.

o Los parámetros de calidad que se definan se aplicarán tanto a la formación que organice el Colegio como a la externa.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Establecer un sistema eficaz y común de difusión y publicidad de los cursos y disponiendo de una plataforma única de teleformación.	Secretario General. Coordinador de formación. Secretario Galicia
2	Establecer un sistema de distribución de ingresos y gastos para facilitar la colaboración entre las demarcaciones y aumentar la oferta formativa global.	Junta de gobierno. Junta de Decanos. Coordinador de formación
3	Crear elementos de fidelización para los Colegiados, tipo bonos descuento.	Coordinador de formación. Secretarios
4	Fomentar la realización de prácticas no laborales como medio de inserción en el mundo laboral y que los pre Colegiados realicen formación con el Colegio.	Coordinador de formación. Secretarios.
5	Organizar con la Universidad formación de máster y especialista	Coordinador de formación.
6	Integrar la formación continua con la certificación profesional	Coordinador de formación. Coordinador de la Certificación Profesional

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Establecer un sistema eficaz y común de difusión y publicidad de los cursos y disponiendo de una plataforma única de tele formación.	Hace falta crear un repositorio web e integrarlo con el moodle/ 20.000 euros de implantación y un mantenimiento de 2000 euros anuales
2	Establecer un sistema de distribución de ingresos y gastos para facilitar la colaboración entre las demarcaciones y aumentar la oferta formativa global.	Personal del Colegio/ 0 euros
3	Crear elementos de fidelización para los Colegiados, tipo bonos descuento.	Personal del Colegio/ 0 euros
4	Fomentar la realización de prácticas no laborales como medio de inserción en el mundo laboral y que los pre Colegiados realicen formación con el Colegio.	Personal del Colegio. Experto para plantear propuestas/ 5000 euros
5	Organizar con la Universidad formación de máster y especialista	Personal del Colegio. Persona dedicada./ ¿?
6	Integrar la formación continua con la certificación profesional	Personal del Colegio. Experto para plantear propuestas/ 5000 euros

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Establecer un sistema eficaz y común de difusión y publicidad de los cursos y disponiendo de una plataforma única de tele formación.	2018
2	Establecer un sistema de distribución de ingresos y gastos para facilitar la colaboración entre las demarcaciones y aumentar la oferta formativa global.	Primer semestre 2018
3	Crear elementos de fidelización para los Colegiados, tipo bonos descuento.	Primer semestre 2018

4	Fomentar la realización de prácticas no laborales como medio de inserción en el mundo laboral y que los pre Colegiados realicen formación con el Colegio.	2018
5	Organizar con la Universidad formación de máster y especialista	2018-2019-2020
6	Integrar la formación continua con la certificación profesional	2018

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS AC-TUACS.
1	Establecer un sistema eficaz y común de difusión y publicidad de los cursos y disponiendo de una plataforma única de tele formación.	Línea 8. Modernización del colegio. Línea 10. Estrategia de comunicación.
2	Establecer un sistema de distribución de ingresos y gastos para facilitar la colaboración entre las demarcaciones y aumentar la oferta formativa global.	Línea 8. Modernización del colegio
3	Crear elementos de fidelización para los Colegiados, tipo bonos descuento.	Línea 9. Servicios para el ingeniero del futuro
4	Fomentar la realización de prácticas no laborales como medio de inserción en el mundo laboral y que los pre Colegiados realicen formación con el Colegio.	Línea 3. Empleo de calidad
5	Organizar con la Universidad formación de máster y especialista	Línea 1. Colegio-Escuela
6	Integrar la formación continua con la certificación profesional	Línea 4. Certificación profesional y visado

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Establecer un sistema eficaz y común de difusión y publicidad de los cursos y disponiendo de una plataforma única de tele formación.	Puesta en marcha del repositorio web. Número de visitas. Número de inscritos a través de la web. Ingresos por publicidad. Ingresos por formación.
2	Establecer un sistema de distribución de ingresos y gastos para facilitar la colaboración entre las demarcaciones y aumentar la oferta formativa global.	Volumen global de operaciones. Volumen repartido por demarcaciones.
3	Crear elementos de fidelización para los Colegiados, tipo bonos descuento.	Número de alumnos empleando cada sistema de fidelización. Ingresos por este sistema.
4	Fomentar la realización de prácticas no laborales como medio de inserción en el mundo laboral y que los pre Colegiados realicen formación con el Colegio.	Número de alumnos que realizan prácticas. Tiempo de realización de las prácticas. Número de empresas que participan. Número de alumnos que se quedan en las empresas.
5	Organizar con la Universidad formación de máster y especialista	Número de másters organizados. Número de alumnos participantes. Número de Universidades participantes.
6	Integrar la formación continua con la certificación profesional	Número de cursos acreditados. Número de alumnos con cursos acreditados. Número de expedientes de certificación profesional que incluyan formación colegial tramitados

1 ANTECEDENTES

En el PDE anterior los objetivos establecidos eran los siguientes:

- Encuentros con empresas, entidades y grupos de sectores que se presenten como un yacimiento de empleo
- Oportunidades de empleo dentro del sector público
- Programa de Prácticas Formativas/Reinserción laboral
- Programa de voluntariado de apoyo al empleo: MENTORING/COACHING
- Créditos blandos para potenciar la formación dirigida a la empleabilidad
- Cuota solidaria
- Promoción del empleo internacional
- Paso de Bolsa de Empleo a Agencia de Colocación

En el momento actual, el tema del desempleo se puede resumir en los siguientes términos:

- La tendencia de desempleo en nuestro Colegiados sigue un claro descenso, con una disminución en este año de 1,25% en el valor del índice de desempleo (relación entre el número de desempleados y el número de profesionales activos).
- Este descenso del desempleo es una tendencia sostenida desde hace más de 3 años, consiguiendo valores que son casi la mitad desde enero de 2014 hasta septiembre 2017
- El desempleo sigue siendo mayor en las últimas promociones que soportan el 30% del total de total.
- Se está viendo una cierta tendencia a aumentar la franja de desempleados mayores de 55 años (un aumento que supone un 3% frente al total de parados) suponemos que por motivos de los ajuste de plantilla de importantes empresas del sector, y que se afecta a un colectivo de difícil inserción laboral.
- Por sectores de actividad (tomando los valores de definición de las claves de votación de los Colegiados), es dentro del sector de Otras Actividades (que engloba los sectores no tradicionales) donde se presenta un mayor número de desempleados: en número de profesionales tan sólo suponen en el global de nuestros profesionales menos de un 17%, pero su desempleo es el 45% del total.
- La distribución de las ofertas está marcando una clara recuperación del mercado nacional, pasando de un 65% internacionales a algo menos del 45% del total de ofertas publicadas
- Se ve una disminución de ofertas gestionadas (en 2015 una media de disminución del 25% respecto al 2014, y un 30% con relación al 2014 o un 8% con respecto a 2015).
- Utilizando datos de las diferentes web, los salarios han tenido una disminución clara, con un valor medio del 7-10% según la posición del profesional desde 2014 a 2016.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

1. Posicionar a los Ingenieros de Caminos en posiciones profesionales tanto de sectores emergentes y como de futuras profesiones
2. Conocer las fortalezas y debilidades de nuestra profesión en el s. XXI y a futuro
3. Posicionar y visualizar a los Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos en el desempeño de funciones directivas en las principales empresas del IBEX, en empresas punteras a nivel internacional y dentro de la Administración del Estado/Organismos Internacionales.
4. Orientación y Reorientación a profesionales con experiencia y sin experiencia
5. Poner en valor la importancia del Márketing personal para acceder a un empleo de calidad.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. DEFINIR LOS PERFILES DE PROFESIONALES DEMANDADOS PARA LOS SECTORES QUE PRESENTAN UNA MAYOR EMPLEABILIDAD.

Se plantea la necesidad de analizar un mercado que está cambiando y globalizado, para poder detectar cuales van a ser las nuevas profesiones que se van a demandar en un futuro próximo, muchas de las cuales es posible que en estos momentos aún no estén definidas.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

- o Invitar a algún profesional más a colaborar en la definición de estos perfiles, enviándoles una invitación.
- o Realizar una encuesta entre los profesionales que no pertenecen a los sectores tradicionales para que nos definan cuales han sido sus fortalezas a la hora de entrar en estos.
- o Analizar los Ingenieros de Caminos que se han dado de baja en sectores frontera, e intentar contactar con ellos.
- o Contactar con los RRHH de empresas de sectores con proyección económica para valorar las necesidades de los profesionales demandados.

2. DEFINIR LAS CAPACIDADES, HABILIDADES, DESTREZAS Y COMPETENCIAS DE NUESTROS PROFESIONALES

Es necesario poder definir cuáles son para el mercado nuestros mayores fortalezas en el mercado del s. XXI.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Realizar reuniones con profesionales de Recursos Humanos de distintos sectores tradicionales a nuestra profesión.

o Realizar una encuesta entre nuestros profesionales para que nos definan cuales consideran que son sus mayores fortalezas y cuales sus mayores debilidades.

o Analizar las capacidades, habilidades, destrezas y competencias de Colegiados que ejercen en sectores frontera.

o Realizar la formación en habilidades y competencias que puedan posicionar a los Colegiados en posiciones de peso dentro de las empresas.

3. ANALIZAR LOS PROFESIONALES DEMANDADOS EN LAS EMPRESAS DEL IBEX, EMPRESAS DE PROYECCIÓN INTERNACIONAL Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA/ORGANISMOS INTERNACIONALES

Tanto de las empresas del IBEX como de las 100 de mayor facturación de España, hay que conseguir una foto de los perfiles demandados en estos momentos, de forma que podamos posicionar a nuestros Colegiados y también conseguir becas para los recién egresados de forma que se vaya posicionando en estas.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Reuniones sectoriales con los responsables de estas empresas

o Analizar las carencias de nuestros profesionales e intentar facilitar formación, si es necesario.

o Potenciar la firma de convenios de becas formativas.

4. ORIENTACIÓN EN OPORTUNIDADES PROFESIONALES

Una vez definidos en la primera medida los profesionales más demandados, realizar el análisis de las carencias para conseguir buscar la formación complementaria que sea precisa.

Se proponen las siguientes acciones concretas:

o Realizar jornadas sobre sectores con oportunidades complementarias

o Buscar qué formación se puede dar a nuestros profesionales en función de las carencias detectadas, intentando que sea una formación propia y continua desde el Colegio, o a través de formación según unos criterios de calidad definidos para ésta, y también formación en las posibles profesiones de futuro que nos permitan posicionarnos como líderes desde el primer momento.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Perfiles profesionales más demandados	Javier Anitúa / Angeles Martín
2	Definición del perfil del ICCP	Amaya Garay /Angeles Martin
3	Demanda de profesionales en el IBEX/Em-presas/Admon	Arcadio Gutierrez / Javier Anitúa
4	Orientación en oportunidades profesiona-les	Angeles Martín / Amaya Garay

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Perfiles profesionales más demandados	Encuesta / Reuniones
2	Definición del perfil del ICCP	Encuesta / Reuniones / invitaciones
3	Demanda de profesionales en el IBEX/Em-presas/Admon	Reuniones / Convenios
4	Oportunidades profesionales	Jornadas / Formación

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
----	--------	-----------------

1	Perfiles profesionales más demandados	Primer semestre 2018
2	Definición del perfil del ICCP	Segundo semestre 2018
3	Demanda de profesionales en el IBEX/ Empresas/Admon	Inicio: Febrero 2018 - 2020
4	Orientación en oportunidades profesionales	Inicio: Enero 2018 - 2020

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Perfiles profesionales más demandados	Línea 7, 8, 9 y 10
2	Definición del perfil del ICCP	Línea 2, 9 y 10
3	Demanda de profesionales en el IBEX/Empresas/Admon	Línea 2, 6, 7 y 10
4	Orientación en oportunidades profesionales	Línea 3, 10 y 11 del PDE

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Perfiles profesionales más demandados	Estadística de perfiles
2	Definición del perfil del ICCP	DAFO de nuestros profesionales
3	Demanda de profesionales en el IBEX/Empresas/Admon	Nº de incorporaciones (profesionales/ becarios)
4	Orientación en oportunidades profesionales	Nº de jornadas realizadas

1 ANTECEDENTES

En el PDE anterior los objetivos establecidos eran los siguientes:

- Edición de Folleto 'Visado, certificación y acreditación'
- Implementación de la Certificación de Actuaciones Profesionales (CAP)
- Primeros pasos en la Acreditación de Profesionales
- Actualización de la 'Normas de Visado' y revisión de la 'Norma de Percepción Colegial por Visado'
- Fomento del visado a través de nuevos convenios

En el momento actual y dentro de la línea de actuación que nos ocupa se pueden distinguir varios campos de actividad distintos: El Visado, la Certificación de la Actuación Profesional (CAP), la Certificación General e Internacional, la Oficina de apoyo al Colegiado en la Certificación Master, y la Acreditación. La situación actual en cada uno de estos campos se puede resumir en los siguientes puntos:

- El Visado, ejecutado por las Demarcaciones, se desarrolla con normalidad. Se dispone de la disposición reglamentaria titulada "Normas de Visado de Trabajos Profesionales del Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos" aprobada por el Consejo General del CICCPC el 3 de Diciembre de 2015.
- El CAP y el Certificado de Experiencia Profesional (CEP), como suma de CAP's, están plenamente operativos. La aplicación informática que los soporta está funcionando correctamente y el manual sobre su funcionamiento está disponible en la página web del Colegio.
- Además de la certificación de actuaciones profesionales desarrollada por el CAP, en el campo de la Certificación General e Internacional, El Colegio, emite actualmente una serie de certificados, orientados a los Colegiados y Empresas que están trabajando en el extranjero o tienen entre sus planes hacerlo. Dichos certificados son los siguientes:
 - Para los Colegiados:
 - Documentación necesaria para la solicitud de ejercicio legal en otro país
 - o Certificado de Ejercicio Profesional en Origen
 - o Certificado de Competencias Profesionales
 - o Certificado del FAM Caminos que indique el número de póliza de cobertura de responsabilidad civil profesional del CICCPC o número e póliza de cobertura de responsabilidad civil profesional de la actividad visada

- Para las empresas:
 - Documentación necesaria para la puesta en valor de profesionales y experiencia profesional en licitaciones en otro país:
 - Idoneidad Técnica
 - Comparación de Acervos Legislativos o Técnicos.
- Asimismo, las Demarcaciones emiten los siguientes certificados con validez en España:
 - Certificados de Colegiación.
 - Certificados de Competencias
 - Certificados de Coberturas de Seguros
 - Certificados de trabajos visados
 - Certificados sobre cuestiones específicas, fehacientemente comprobables, solicitados por los Colegiados

• Oficina de apoyo al Colegiado en la Certificación Master. Mediante esta oficina se ayuda al Colegiado en la realización de los trámites para solicitar al Ministerio de Educación el certificado de correspondencia de la titulación de Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos con el Master nivel 3 MECES

• La Acreditación. Se están desarrollando las actividades necesarias para establecer el marco general de un sistema de acreditación, específicamente diseñado para los Ingenieros de Caminos que permita a éstos poder acreditar (en la común acepción de la palabra) su capacidad y experiencia para el desempeño profesional y ofrecer sus servicios a la sociedad con la garantía de que dichos servicios son los que se especifican, sin que surjan confusiones ni conflictos con los ofrecidos por otras profesiones

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

- Fomentar el visado con Colegiados, instituciones y empresas a través de Convenios
- Fomentar e incrementar el uso del CAP y CEP como herramienta profesional entre los Colegiados, especialmente entre los más jóvenes.
- Desarrollar y divulgar la oferta de servicios de certificación, especialmente los de Certificación Internacional.
- Desarrollo del marco general del Sistema de Acreditación del Colegio de Ingenieros de Caminos.
- Desarrollo de los procedimientos y del Reglamento de Acreditación del Colegio de Ingenieros de

Caminos.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. ESTABLECIMIENTO DE UN CONTACTO CONTINUO CON COLEGIADOS, INSTITUCIONES Y EMPRESAS

Se proponen las siguientes acciones concretas.

- Contacto personal directo tanto telefónico como presencial con Colegiados y representantes de empresas
- Celebración de jornadas de tipo general para acercamiento a los Colegiados y creación de un espíritu corporativo.
- Celebración de jornadas de tipo sectorial y por campos de actividad, en las que se descienda a nivel de detalle en los riesgos y responsabilidad civil que cada actividad lleva implícitos.

2. INFORMACIÓN SISTEMÁTICA SOBRE LA UTILIDAD DE DISPONER DE UN HISTORIAL PROFESIONAL DETALLADO ACREDITADO Y CERTIFICADO.

Se proponen las siguientes acciones concretas.

- Celebración de jornadas de información dirigidas a los alumnos de los últimos cursos de las Escuelas sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado y certificado.
- Avisos constantes en los medios de difusión del Colegio sobre el mismo tema.
- Creación de una sección fija, dedicada a este tema, tanto en la “Voz del Colegiado” como en la revista de obras Públicas.

3. ADAPTACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS DE CERTIFICACIÓN

Se proponen las siguientes acciones concretas.

- Sistematización de la emisión de los certificados y documentos solicitados con más frecuencia en el ámbito nacional.
- Establecimiento de los países en los que desarrollan su actividad nuestros Colegiados y empresas del sector de la Ingeniería Civil.
- Estudio sistemático de la documentación exigida, tanto a Colegiados como a Empresas, en cada uno de los países anteriores.
- Puesta en marcha de un sistema de expedición lo más eficiente posible de dicha documentación.

4. PROCEDIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DEL REGLAMENTO DE ACREDITACIÓN

Se proponen las siguientes acciones concretas.

- Definición precisa y concreta de las características del Sistema de Acreditación
- Establecimiento del perfil de los profesionales que podrán solicitar la Acreditación, así como de los campos de ejercicio profesional y áreas de actividad en los que sea posible dicha acreditación.
- Definición concreta y específica de los Procedimientos a seguir por los solicitantes para obtener la acreditación.
- Establecimiento de los criterios y baremos de evaluación y clasificación de las actividades acreditables dentro de sus campos específicos.
- Constitución de los grupos de evaluadores y del Comité de Acreditación

5. REDACCIÓN DEL REGLAMENTO DE ACREDITACIÓN, APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN

Se proponen las siguientes acciones concretas.

- Redacción del Reglamento de Acreditación conteniendo todos los procedimientos, baremos aplicables y niveles de acreditación posibles.
- Aprobación del Reglamento de Acreditación por los Órganos Colegiales.
- Publicación del Reglamento de Acreditación.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Establecimiento de un contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas	Carmen Monzonis/ Carlos Reguero/ Carlos Gasca
2	Información sistemática sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado	Secretaría General/ Carmen Monzonis/ Carlos Reguero/ Carlos Gasca
3	Adaptación de la oferta de servicios de certificación	Carmen Monzonis/ Carlos Reguero/ Carlos Gasca

4	Procedimientos para el desarrollo del Reglamento de certificación	Elisa Bueno/ Carmen Monzonís/ Carlos Reguero/ Carlos Gasca
5	Desarrollo del Reglamento de Acreditación, aprobación y publicación	Secretaría General/Carmen Monzonís/ Carlos Reguero/ Carlos Gasca

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Establecimiento de un contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas	Jornadas /Formacion/ Comunicación
2	Información sistemática sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado	Jornadas /Formacion/ Comunicación
3	Adaptación de la oferta de servicios de certificación	Internacional/ Certificación
4	Procedimientos para el desarrollo del Reglamento de certificación	Jornadas / Formación
5	Desarrollo del Reglamento de Acreditación, aprobación y publicación	Secretaría General/ Reuniones /Certificación

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Establecimiento de un contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas	Primer trimestre 2018
2	Información sistemática sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado	Segundo trimestre 2018
3	Adaptación de la oferta de servicios de certificación	Inicio: Febrero 2018 - 2020
4	Procedimientos para el desarrollo del Reglamento de certificación	Inicio: Enero 2018 - 2020

5	Desarrollo del Reglamento de Acreditación, aprobación y publicación	Inicio: Enero 2018- Marzo 2018
---	---	--------------------------------

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Establecimiento de un contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas	Línea 2,6 y 10
2	Información sistemática sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado	Línea 2,6 y 10
3	Adaptación de la oferta de servicios de certificación	Línea 3 y 10
4	Procedimientos para el desarrollo del Reglamento de certificación	Línea 2,6 y 10
5	Desarrollo del Reglamento de Acreditación, aprobación y publicación	Línea 10

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Establecimiento de un contacto continuo con Colegiados, instituciones y empresas	Nº de jornadas-contacts / Incremento de visados y convenios
2	Información sistemática sobre la utilidad de disponer de un historial profesional detallado, acreditado y certificado	Nº de jornadas-contacts / Incremento de CAP
3	Adaptación de la oferta de servicios de certificación	Nº de certificados realizados
4	Procedimientos para el desarrollo del Reglamento de certificación	Procedimientos terminados
5	Desarrollo del Reglamento de Acreditación, aprobación y publicación	Reglamento desarrollado, aprobado y publicado

1 ANTECEDENTES

- La Fundación Caminos se ha convertido en estos últimos años en un verdadero ThinkHub – think hub–, capaz de ubicar la profesión de forma continua en las coordenadas intelectuales y en el tejido social del país. A ella le corresponde la convocatoria periódica de jornadas, conferencias, mesas redondas y simposios sobre aspectos concretos de la profesión, de su función social, de su función en el sistema económico....
- El concepto hub implica más gestión y menos inmovilización de recursos, abriendo la posibilidad de buscar talento compartido a movilizar en momentos y destinos específicos. Eso permite compatibilizar la cooperación habitual, voluntaria y gratuita de un grupo seleccionado de ingenieros de caminos y otros profesionales para la crítica y la síntesis de estudios preparatorios remunerados, encargados a especialistas de reconocido prestigio en cada tema.

El Think Hub ha de ser un Foro Tecnológico en el que se puedan examinar y debatir los aspectos que se consideren de interés, con especial énfasis en los impactos tecnológicos disruptivos que cambiarán la manera de concebir el mundo y por lo tanto condicionarán el papel de los profesionales de la ingeniería de Caminos.

El Think Hub debe ocuparse preferentemente de la evolución de los grandes retos tecnológicos, y, junto al abordaje del desarrollo del conocimiento y la tecnología, el Think Hub ha de realizar una constante labor de seguimiento e identificación de las nuevas tendencias y de los fenómenos innovadores y disruptivos.

De momento, cabe identificar algunas líneas de trabajo:

- Ciudades inteligentes. Sujetas a grandes cambios estructurales, en buena medida a causa de la evolución de los sistemas de transporte (automatización, recurso a energías limpias, etc.).
- Medio Ambiente. El cambio climático puede desestabilizar las previsiones y procesos.
- Tecnologías digitales, que en determinados aspectos que nos conciernen incluyen como herramientas de análisis el tratamiento de datos masivos (big data), el Internet de las Infraestructuras, la conectividad. etc.

Ante la evolución del contexto, el papel del Think Hub debe ser establecido en cada momento por la Fundación (dados sus menores condicionamientos orgánicos), que procurará, a la vista de cada cuestión, proporcionar la respuesta coherente con la naturaleza del problema y con los intereses en juego. En concreto, el Think Hub debe proporcionar las respuestas a las cuestiones que plantee la sociedad a nuestra profesión, lo que facilitará nuestra presencia en medios mediante portavoces expertos que también deberían ser propuestos por el Think Hub.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

- a) Establecer y comunicar la presencia pública de la ingeniería de Caminos, en general, y del Colegio de Caminos, en particular.
- b) Potenciar el papel de liderazgo de la Fundación
- c) Aumentar la presencia en medios tradicionales. El Think Hub debería proponer y mantener al día argumentarios sobre los grandes temas de actualidad (efectos del cambio climático, desastres naturales). Asimismo, debería producir una interpretación inmediata de los acontecimientos espontáneos que surjan y seleccionar a portavoces idóneos en cada materia, con el fin de que el Colegio y la Fundación, a través del servicio de Comunicación, puedan lanzar los mensajes idóneos.
- d) Situar al Colegio como prescriptor de opinión frente a temas de interés para la sociedad

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. ELABORACIÓN DE INFORMES ACERCA DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR Y DE TEMAS TECNOLÓGICOS Y DE INNOVACIÓN SOBRE LOS QUE LOS INGENIEROS DE CAMINOS PUEDEN APORTAR SU VISIÓN.

Con la ayuda de los principales expertos de cada materia a tratar el ThinkHub debe ser el impulsor de informes, centrándose en los asuntos más próximos al núcleo más ‘teórico’ o conceptual, como el publicado recientemente sobre el vehículo autónomo.

2. ENTREGA DE PREMIOS RECONOCIENDO LA LABOR DE INGENIEROS DE CAMINOS.

Reconocimiento de la labor que realizan los ingenieros de Caminos en beneficio de la sociedad: Premio Acueducto de Segovia de Obra Pública y Medio Ambiente, Premio Internacional Agustín de Betancourt de Ingeniería y Obra Pública y Premio Leopoldo Calvo-Sotelo al Liderazgo Público de los Ingenieros de Caminos, Rafael Izquierdo a la Solidaridad, Sagasta de Ensayo, entre otros.

3. ORGANIZACIÓN DE JORNADAS Y FOROS DE DEBATE EN LOS QUE PONER DE MANIFIESTO LA VISIÓN DE LOS INGENIEROS DE CAMINOS EN TEMAS DE INTERÉS PARA LA SOCIEDAD.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	Antonio Papell
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	Miguel Aguiló / Antonio Papell
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	Antonio Papell

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	Redacción Informes. Equipo de la ROP, periodistas colaboradores
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	Periodistas TV presentadores
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	Equipo de Comunicación de la Fundación y Foro de Santander

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	1 año
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	Periodo completo
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	Periodo completo

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	1
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	3
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	4

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	Informes semestrales
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	Jornadas Premios
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	Impacto mediático

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Elaboración de informes acerca de la situación del sector y de temas tecnológicos y de innovación sobre los que los ingenieros de Caminos pueden aportar su visión.	Informes semestrales
2	Entrega de premios reconociendo la labor de ingenieros de Caminos.	Jornadas Premios
3	Organización de jornadas y foros de debate en los que poner de manifiesto la visión de los ingenieros de Caminos en temas de interés para la sociedad.	Impacto mediático

1 ANTECEDENTES

El Colegio mantiene una estrecha relación con organismos políticos, administrativos y empresariales con el objetivo de participar en las decisiones que atañen a la profesión. Para ello, se organizan jornadas sobre temas en los que los ingenieros de Caminos tienen responsabilidad y cuya participación sería fundamental.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

- Situar a la profesión en el primer plano de relación con las administraciones públicas, instituciones políticas y órganos de representación.
- Crear las condiciones de relación y colaboración con organizaciones empresariales, asociaciones, instituciones y entidades clave de sectores estratégicos de actividad.
- Alcanzar un nivel óptimo de interlocución en el escenario internacional para dotar a los Colegiados de las mejores oportunidades profesionales y empresariales.
- Lograr un alto nivel de participación de los Colegiados y profesionales ante las instituciones que alientan e impulsan los procesos de innovación, con el objetivo avanzar en un modelo de economía competitiva.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. IMPLICAR A LOS ORGANISMOS POLÍTICOS, LA ADMINISTRACIÓN Y LAS INSTITUCIONES RESPECTO A ASUNTOS DE INTERÉS PARA LOS INGENIEROS DE CAMINOS.

Implicar a los organismos políticos en los asuntos de interés para la profesión, a través de la colaboración en las políticas e iniciativas de las Administraciones Públicas, para transmitir los valores de la profesión.

Puesto que es en el seno de las Administraciones Públicas donde se toman la mayor parte de las decisiones relacionadas con la Obra Pública y los sectores estratégicos en los que

trabajan los ingenieros de Caminos, es imprescindible que se perciba a esta profesión como un agente clave, al que tener en cuenta antes de desarrollar proyectos e iniciativas.

2. COLABORAR CON ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, INSTITUCIONES O ENTIDADES VINCULADAS A SECTORES ESTRATÉGICOS. CONTACTO CON LAS EMPRESAS DEL IBEX.

Entrar en contacto con organizaciones empresariales, consultoras, asociaciones sectoriales de empresarios, logística, telecomunicaciones, inmobiliaria...

Desarrollar un programa concreto de medidas específicas para abrir el marco profesional de los ingenieros de Caminos en diversas áreas estratégicas que además de la construcción y la ingeniería, el transporte y las comunicaciones se adentre en otros sectores decisivos de la economía como el mundo financiero, la energía, las telecomunicaciones, las nuevas tecnologías y cuantos campos de actividad tengan que ver con la innovación, el cambio climático y la preservación del medio ambiente, el desarrollo sostenible...

3. IMPULSAR LA ORGANIZACIÓN DE GRANDES FOROS DE DEBATE Y PROYECCIÓN PÚBLICA.

Impulsar la organización de grandes foros de debate y proyección pública, como el Foro Global de Ingeniería y Obra Pública, los desayunos informativos y los ciclos de debate en la Fundación Caminos.

Desarrollar acciones encaminadas a mostrar el trabajo de los ingenieros de Caminos a través de la organización de actos, cuya realización facilita la transmisión a la sociedad de los mensajes de la profesión.

Promover la realización de estudios rigurosos sobre los temas de mayor interés en aspectos estratégicos que afectan a la Obra Pública, partiendo si es necesario de los informes transversales de asociaciones, empresas o diversas entidades (Asociación de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos).

4. ESTABLECER RELACIONES CON ORGANISMOS INTERNACIONALES, ASÍ COMO CON ORGANIZACIONES DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Establecer relaciones con organismos internacionales, como el Banco Mundial, la Unión Europea, el Banco Europeo de Inversiones o el BID, Banco Interamericano de Desarrollo. Estrechar vínculos con organizaciones europeas e internacionales, aprovechando contactos con ingenieros de Caminos que se encuentran en instituciones de todo el mundo, para conocer, de primera mano, los proyectos y oportunidades en materias que nos competen a la profesión.

Contactar y colaborar con las organizaciones de Cooperación Internacional que desde España operan en todo el mundo.

5. APOYO A LA INNOVACIÓN

Relación y acercamiento constante a organismos oficiales o privados, en la esfera empresarial y académica (universidades), en los que se incentiva la innovación y la creación de nuevas empresas en sectores en los que la ingeniería goza de la mayor aceptación.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	IMPLICAR a los Organismos políticos, la Administración y las instituciones respecto a asuntos de interés para los ingenieros de Caminos	Manuel Niño / Rafael Serrano
2	COLABORAR con organizaciones empresariales, instituciones o entidades vinculadas a sectores estratégicos. Contacto con las empresas del IBEX	Antonio Papell / Rafael Serrano
3	IMPULSAR la organización grandes foros de debate y proyección pública	Antonio Papell / Rafael Serrano
4	ESTABLECER relaciones con organismos internacionales, así como con organizaciones de Cooperación Internacional	Carmen de Andrés
5	APOYO A LA INNOVACIÓN	Antonio Papell / Rafael Serrano

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	IMPLICAR a los Organismos políticos, la Administración y las instituciones respecto a asuntos de interés para los ingenieros de Caminos	Almuerzos y encuentros con responsables de las Instituciones
2	COLABORAR con organizaciones empresariales, instituciones o entidades vinculadas a sectores estratégicos. Contacto con las empresas del IBEX	Almuerzos y encuentros con responsables de organizaciones. Participación en Foros.

3	IMPULSAR la organización grandes foros de debate y proyección pública	Organización de Jornadas y Foros.
4	ESTABLECER relaciones con organismos internacionales, así como con organizaciones de Cooperación Internacional	Viajes y encuentros internacionales
5	APOYO A LA INNOVACIÓN	Encuentros y participación en Ferias y encuentros.

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	IMPLICAR a los Organismos políticos, la Administración y las instituciones respecto a asuntos de interés para los ingenieros de Caminos	Periodo completo
2	COLABORAR con organizaciones empresariales, instituciones o entidades vinculadas a sectores estratégicos. Contacto con las empresas del IBEX	2 años
3	IMPULSAR la organización grandes foros de debate y proyección pública	Periodo completo
4	ESTABLECER relaciones con organismos internacionales, así como con organizaciones de Cooperación Internacional	Periodo completo
5	APOYO A LA INNOVACIÓN	Periodo completo

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	IMPLICAR a los Organismos políticos, la Administración y las instituciones respecto a asuntos de interés para los ingenieros de Caminos	
2	COLABORAR con organizaciones empresariales, instituciones o entidades vinculadas a sectores estratégicos. Contacto con las empresas del IBEX	3

3	IMPULSAR la organización grandes foros de debate y proyección pública	5
4	ESTABLECER relaciones con organismos internacionales, así como con organizaciones de Cooperación Internacional	5
5	APOYO A LA INNOVACIÓN	1, 2 y 3

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	IMPLICAR a los Organismos políticos, la Administración y las instituciones respecto a asuntos de interés para los ingenieros de Caminos	Medidas legislativas
2	COLABORAR con organizaciones empresariales, instituciones o entidades vinculadas a sectores estratégicos. Contacto con las empresas del IBEX	Acuerdos cerrados
3	IMPULSAR la organización grandes foros de debate y proyección pública	Impacto mediático
4	ESTABLECER relaciones con organismos internacionales, así como con organizaciones de Cooperación Internacional	Acuerdos y visitas
5	APOYO A LA INNOVACIÓN	Iniciativas y empresas creadas

1 ANTECEDENTES

El concepto de transformación digital no fue abordado en el PDE 2012-2016 ya que el anterior Plan Director de Estrategia se desarrolló en base a la necesidad de equilibrar presupuestos y sanear la institución para asegurar su sostenibilidad en el futuro. Aunque necesario, fue un plan más enfocado en el Colegio que en la profesión de ICCP. No obstante, en dicho período ya se observó que cada vez eran más los Ingenieros de Caminos que trabajaban en áreas no tradicionales para la profesión, llegando a cubrir estas áreas más del 25% del trabajo de los Colegiados.

De acuerdo con estudios recientes del nivel de madurez digital de varios países se observa un retraso en la transformación digital de la economía española en relación con el avance en otros países relevantes.

Como indicativo de ello, la contribución de la economía digital al conjunto del PIB español es en la actualidad claramente inferior a la que se observa en otros países. Asimismo se puede cuantificar un potencial significativo de incremento del PIB como resultado de la aceleración de la transformación digital. Así, en EEUU, uno de los países punteros en la adopción de Tecnologías Digitales, el 35% del PIB está directamente relacionado con dichas tecnologías, mientras que en España, apenas llega al 20%, posicionándose en el puesto 11 (de 14 países que conforman el estudio). En concreto, se estima que una optimización y redistribución de las inversiones contribuiría a un incremento del PIB de España del 3,6% para el año 2021 lo que confirmaría el enorme impacto económico que tiene acometer un proceso de transformación digital.

Junto a otras razones, la insuficiencia de conocimientos en diversas áreas de la transformación digital se identifica como la principal causa del retraso en la penetración y crecimiento de la economía digital. Se espera una escasez importante de profesionales con la formación necesaria en relación con la demanda previsible en los próximos años.

Esta situación representa una oportunidad importante para que los ICCPs se posicionen como contribuidores relevantes en diferentes campos de la economía digital.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

Favorecer, a través del importante papel que pueda realizar el Colegio de Caminos, la capacitación de los Colegiados y titulados en áreas de Transformación Digital, trabajando por una

parte con las Escuelas y también aportando formación específica y fomentando el intercambio de conocimientos y el networking.

El Colegio también debe realizar una labor de posicionamiento con empresas de diferentes sectores y ante las administraciones para favorecer el reconocimiento de los ICCPs en las áreas de la economía digital. En esta línea el Foro Global de Ingeniería y Obra Pública, que el Colegio organiza junto a la UIMP de Santander, el pasado año 2017 estuvo dedicado a los "Caminos Digitales".

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. FORMAR Y CUALIFICAR A LOS ICCPS EN EL LIDERAZGO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Es necesario actuar desde dos frentes distintos para asegurar la correcta formación y cualificación del colectivo. Desde las Escuelas y el Colegio:

A - Escuelas.

- o Fomentar, desde las diferentes escuelas de Caminos, el estudio de asignaturas y contenidos relacionados con la Economía Digital, haciendo hincapié tanto en el tipo y número de asignaturas como en la importancia y carga lectiva que se les otorgue.

- o Buscar profesorado con Curriculum formativo de acuerdo con o los tipos de asignaturas que se cursarían.

- o Promover reuniones con Rectores y/o Directores de escuelas de Caminos para hacerles partícipes de la importancia de la incorporación de estas nuevas materias, por lo que debería existir una amplia sinergia con el Grupo de Trabajo de Colegio-Escuelas de este mismo PDE.

B - Colegio.

- o Promocionar seminarios y cursos específicos relacionados con la Transformación Digital.

- o Buscar profesionales responsables de impartir esta formación, que pueden surgir a partir de los contactos que se obtengan a través de las actuaciones del Colegio en el ámbito de las Empresas e Instituciones que sean punteras en proyectos relacionados con la transformación digital.

2. DIFUNDIR E INTERCAMBIAR CONOCIMIENTOS Y NETWORKING

o Favorecer el networking y la identificación y difusión de oportunidades. En este contexto, es fundamental que el Colegio se rodee de colaboradores cercanos y consejeros, que lo ayuden en las diferentes fases del despliegue de la medida. La finalidad de este punto es que los ICCPs sean conscientes que dentro de su colectivo existen líderes en Transformación Digital tan preparados como los que siempre ha habido en los campos de la ingeniería civil “tradicional”.

o Explicar las oportunidades que existen en el ámbito de la Transformación y la Agenda Digital tanto en las escuelas como entre profesionales, promoviendo la creación de foros y seminarios específicos.

o Creación de un censo de ICCPs Colegiados relevantes en el mundo digital para mantener una línea de colaboración y knowledge-sharing con ellos.

3. ACTUACIÓN DEL COLEGIO EN LAS INSTITUCIONES, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y EMPRESAS

Se proponen, para llevar a cabo esta medida, las siguientes acciones concretas:

o Poner en valor desarrollos y proyectos punteros en el mundo de la ingeniería y la construcción relacionados con la transformación digital, así como los realizados por profesionales ICCP relevantes como exponentes de la capacidad y cualificación de los ICCPs

o Difundir roles de liderazgo desempeñados por ICCPs en Transformación y Agenda Digital en otros sectores distintos a los clásicos de Ingeniería y Construcción.

o Buscar apoyos de instituciones y empresas. En este sentido, el Foro de Santander o, más recientemente, la Ponencia sobre Ingeniería del Futuro son lugares y eventos en donde se pueden promocionar este tipo de apoyos.

o Realizar reuniones y actividades de posicionamiento y lobby ente los responsables políticos y/o administrativos de la Agenda Digital en España. De igual manera que el Colegio se ha reunido de forma habitual con el ministro y altos directivos del Ministerio de Fomento cuando se han acometido Obras Civiles de trascendencia, debería tener la capacidad de reunirse con altos cargos de la administración pública cuando se aborden hitos en Transformación Digital.

o Promocionar labores de transmisión a los propios ICCPs y a la sociedad en su conjunto que el colectivo de ICCPs es competente en materia de Agenda Digital y Transformación Digital.

o Crear la Oficina de Transformación Digital para facilitar el proceso de digitalización de la empresa española y el emprendimiento digital. El objetivo es fortalecer el ecosistema de soporte a la pyme en materia TIC mediante la realización, por un lado, de acciones de sensibilización y dinamización a la pyme en su proceso de la transformación digital y a los emprendedores y, por otro lado, prestar servicios de apoyo, atención y resolución de consultas sobre soluciones y metodologías TIC para mejorar la gestión de las empresas.

4

EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1.A	Formar y cualificar a los ICCP. Escuelas	A falta de confirmación
1.B	Formar y cualificar a los ICCP. Colegio	Angeles Martín / Dpto Formación
2	Difundir e intercambiar conocimiento y networking	Comisión EEC / Fundación Caminos
3	Actuación del Colegio ante administraciones y empresas	Secretario/Presidente / Vicepresidente
4	Colaborar con los planes de innovación de las AAPP	A falta de confirmación

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1.A	Formar y cualificar a los ICCP. Escuelas	-
1.B	Formar y cualificar a los ICCP. Colegio	-
2	Difundir e intercambiar conocimiento y networking	-
3	Actuación del Colegio ante administraciones y empresas	-
4	Colaborar con los planes de innovación de las AAPP	-

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1.A	Formar y cualificar a los ICCP. Escuelas	2018-2020
1.B	Formar y cualificar a los ICCP. Colegio	2018

2	Difundir e intercambiar conocimiento y networking	2018-2019
3	Actuación del Colegio ante administraciones y empresas	2018-2019
4	Colaborar con los planes de innovación de las AAPP	2018

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1.A	Formar y cualificar a los ICCP. Escuelas	GT1. Colegio/Escuelas GT2. Formación
1.B	Formar y cualificar a los ICCP. Colegio	GT1. Colegio/Escuelas GT2. Formación
2	Difundir e intercambiar conocimiento y networking	GT10. Comunicación
3	Actuación del Colegio ante administraciones y empresas	-
4	Colaborar con los planes de innovación de las AAPP	-

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Nº reuniones networking	Nuevos contactos
2	Nº reuniones representantes de escuelas	Convenios acordados
3	Nº de cursos/seminarios específicos dados en el Colegio	Incremento trimestral registrado
4	Nº reuniones con directivos AA PP.	Acuerdos conseguidos
5	Oficina de Transformación Digital	Eventos de sensibilización realizados. Nº de pymes beneficiarias

1 ANTECEDENTES

Las principales acciones del PDE 2012-16, en esta línea de trabajo, estuvieron orientadas a asegurar la sostenibilidad económica del Colegio. El esfuerzo se centró en conseguir un modelo económico y financiero acorde a la realidad del mercado y en el que hubiese un equilibrio entre ingresos y gastos. Para ello se trabajó en varias acciones concretas:

1. Modelo económico: con el establecimiento de criterios homogéneos para la elaboración de los escenarios de financiación y reparto de ingresos entre los diversos centros colegiales; con un Plan de Convergencia de las Demarcaciones y la mejora de la financiación externa así como con la definición de criterios presupuestarios homogéneos para todos los centros del colegio.
2. Modelo territorial: con la categorización de las Demarcaciones en tres grupos en función de su solidez financiera y su número de Colegiados adscritos y la promoción de un modelo de plataforma única en cada Demarcación.
3. Nuevos servicios: con el incremento de los ingresos por servicios no incluidos en la cuota colegial y con la definición de un modelo de Plataformas de Servicios (Servicios compartidos) en torno a las Demarcaciones de mayor tamaño para permitir a las Demarcaciones con menor número de Colegiados prestar una cartera de servicios más amplia y con una calidad homogénea.
4. Elaboración de una propuesta de coordinación Colegio-Asociación: con la compartición de los Servicios Generales para obtener sinergias operativas y con la mejora de la coordinación de actuaciones así como con la integración de estructuras con el nombramiento del Secretario General del Colegio como Secretario General de la asociación.

Las medidas anteriores han propiciado la mejora operativa del Colegio y alcanzar una situación financiera más sólida. Los datos cuantitativos más significativos son: El paso de un Excedente del ejercicio 2014 negativo de 1,470 M € a un Excedente positivo a cierre de 2016 de 0,540 M €. Y el aumento el número de centros colegiales en superávit de 3 a 9.

Desde el punto de vista cualitativo la situación se caracteriza por: 1) La implantación de un modelo financiero equilibrado y eficiente que facilita, además, la información transparente a los Colegiados; 2) El desarrollo de una cartera de servicios con un esquema de precios que asegura un retorno adecuado y la puesta en marcha de unas plataformas de prestación de estos. 3) Está en curso, desde el último año, un proyecto de simplificación, integración y automatización de los principales procesos del Colegio que incrementará estas mejoras.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

El objetivo principal de la Modernización del Colegio es conseguir una organización dinámica, ágil y eficiente, apoyándose en la excelencia del talento de sus profesionales, de sus procesos de negocio y de su plataforma tecnológica, que pueda dar respuesta a las necesidades presentes y futuras de los Colegiados y de la Sociedad en general.

Para alcanzar este objetivo general son objetivos específicos los siguientes:

1. Seguir afianzando las mejoras organizativas y operativas, para aprovechar al máximo las sinergias Colegio-Asociación-Fundación y las posibilidades que ofrece la tecnología.
2. Poner en valor los activos materiales e inmateriales (capital de conocimiento, servicios a los Colegiados e imagen de marca) que posee el Colegio. Incrementar el reconocimiento de la marca CICCIP.
3. Integrar, automatizar y digitalizar al máximo los procesos internos del Colegio y la interacción con los Colegiados (llegar a un "Colegio digital" que facilite el uso ubicuo de sus servicios y la realización de los trámites), de modo que pueda dedicarse más tiempo, talento y esfuerzo de la estructura colegial a "volcar hacia afuera" las acciones del Colegio.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. CONTINUAR LA SIMPLIFICACIÓN, INTEGRACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS INTERNOS del Colegio (Sede Central, Demarcaciones y presencia Internacional) para reducir los costes operativos y dar un mejor servicio al Colegiado, de calidad y homogéneo, independientemente de su ubicación geográfica. Para esto es necesario contar con una plataforma tecnológica adecuada y las medidas de seguridad oportunas.

2. AVANZAR EN LA REDUCCIÓN DE COSTES OPERATIVOS, analizando las posibilidades de concentración de compras, identificación de proveedores corporativos y establecimiento de acuerdos marco, sin impactar negativamente en la autonomía y agilidad operativa de las Demarcaciones y la Sede Central.

3. IMPULSAR PROACTIVAMENTE LOS NUEVOS SERVICIOS, creando una estructura comercial basada en las Demarcaciones, muy ligera y eficiente, que se responsabilice de la promoción y venta de estos a los Colegiados.

4. CONSOLIDAR EL VALOR DE LA IMAGEN DE MARCA, estableciendo normas y criterios de estilo para la utilización de esta y converger en la homogeneización de la imagen del Colegio tanto en el plano físico (sedes, eventos, documentos, etc.) como en el plano virtual: Web corporativa de Sede Central y Demarcaciones, presencia en redes sociales, etc.

5. REFORZAR LAS PLATAFORMAS DE SERVICIOS, potenciando el concepto de servicios compartidos entre Demarcaciones, manteniendo estas una completa autonomía en la promoción y venta de los servicios a los Colegiados y en el control de su calidad pero aprovechando las sinergias de producción (concentración de especialistas, gestión eficiente de cargas de trabajo, etc.).

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Optimización de la organización interna.	Junta de Gobierno, Consejo.
2	Simplificación, integración y automatización de los procesos internos del Colegio.	Secretario General/Luis Pena
3	Impulso a la figura del Colegio como prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general.	Secretario General/ Carlos Gasca/Luis Pena
4	Puesta en valor los activos materiales e inmateriales	Luis Pena/Carlos Gasca

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Optimización de la organización interna.	Reuniones
2	Simplificación, integración y automatización de los procesos internos del Colegio.	Reuniones
3	Impulso a la figura del Colegio como prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general	Reuniones/convenios
4	Puesta en valor los activos materiales e inmateriales	Jornadas/formación

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Optimización de la organización interna.	2018-2020

2	Simplificación, integración y automatización de los procesos internos del Colegio.	2018
3	Impulso a la figura del Colegio como prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general.	2018-2020
4	Puesta en valor los activos materiales e inmateriales	2018-2020

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Optimización de la organización interna.	-
2	Simplificación, integración y automatización de los procesos internos del Colegio.	-
3	Impulso a la figura del Colegio como prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general.	1,2,3,4,5,9,X
4	Puesta en valor los activos materiales e inmateriales	7,11

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Optimización de la organización interna.	-
2	Simplificación, integración y automatización de los procesos internos del Colegio.	Disminución gastos
3	Impulso a la figura del Colegio como prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general.	Nº altas/nº bajas
4	Puesta en valor los activos materiales e inmateriales	Referencias en medios

1 ANTECEDENTES

- PDE anterior

En el Plan Director Estratégico 2013-2016 se trabajó con el objetivo de mejorar servicios, implementar nuevos servicios e incrementar los ingresos por servicios.

Se trabajó en la ejecución de las siguientes medidas:

- Establecimiento de tres niveles de servicios jurídicos.
 - Desarrollo de Cortes de Arbitraje de Demarcación.
- Creación de la institución de mediación MediaCAMINOS.
 - Desarrollo de la plataforma de servicios internacionales.
 - Implementar los servicios de normativa técnica internacional y de licitaciones.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

Los objetivos en este plan se mantienen, dándole una nueva perspectiva, poniendo atención en lo que podría denominarse el ingeniero y el Colegiado del futuro.

Los objetivos son:

- Que el Colegio preste más servicios útiles a los Colegiados según sus necesidades y las que se prevén para escenarios futuros, pensando en un ingeniero multidisciplinar, con atención a los que se encuentran en nuevos sectores y en sectores frontera con la profesión clásica.
- Que el Colegio resulte atractivo a los Ingenieros por los servicios que presta y no sólo por la obligatoriedad de colegiación para el ejercicio de la profesión. Se trata de fidelizar al Colegiado.
- Que la demanda de prestación de servicios incremente los ingresos del Colegio por este concepto.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. DESARROLLAR EL PROGRAMA NACIONAL DE EMPRENDEDORES.

La Junta de Gobierno del Colegio, en su sesión del 27 de noviembre de 2017, aprobó el Programa Nacional de Emprendedores, propuesto por la Comisión de Empleo, Emprendimiento y Comunicación del Colegio y anclar en esta línea (9. Servicios para el Ingeniero del Futuro) el desarrollo del Programa.

El Programa propone las siguientes actividades a desarrollar:

- Asesoría administrativa para emprendedores, en dos niveles, uno básico y otro profundo.
- Tutorización del emprendimiento, con la colaboración de otros Colegiados.
- Orientación y apoyo en la búsqueda de financiación. Acuerdos con entidades financieras.
- Formación en el emprendimiento.
- Crowdfunding entre Colegiados.
- Difusión pública de propuestas de emprendimiento, con el fin de encontrar socios y financiación.
- Acuerdos con entidades externas dedicadas al apoyo al emprendimiento.
- Organización de foros y encuentros especializados.

El calendario de implantación, adaptado al PDE, podría ser el siguiente:

- Designación, tanto en Sede Central como en cada una de las Demarcaciones, de una persona responsable del desarrollo de este Programa, que serán conecedoras y coordinadoras del Programa en su ámbito, así como los interlocutores con los Colegiados de cada área territorial que se interesen por alguna de las iniciativas del Programa y, a su vez, con el resto de responsables de las otras Demarcaciones y Sede Central, para coordinación y aprovechamiento mutuo de las sinergias que puedan surgir entre los proyectos y el trabajo que se desarrolle en cada territorio. (1T 2018)
- Desarrollo y concreción de las líneas básicas de actuación, definiendo un catálogo de servicios. Se realizará en contacto con las Demarcaciones para aprovechar las iniciativas exitosas que estén en marcha. (1T-2T 2018)
- Análisis y redacción de documentos jurídicos básicos necesarios para la puesta en marcha del programa con la asesoría jurídica del Colegio (confidencialidad, responsabilidad y protección de datos). (1 T 2018)
- Contacto y desarrollo de colaboración con Banco Caminos. (1T y 2T 2018)
- Elaboración de plan de comunicación del Programa. (1T 2018)
- Lanzamiento y comienzo de difusión del Programa. Organización de un evento: conferencia/networking, para lanzar el Programa. (1T 2018)
- Explorar la oportunidad de suscribir convenios de colaboración con determinadas entidades (Universidades, Organismos oficiales, Fundaciones...). (2T 2018)

- Ciclo de eventos de emprendimiento. Organización de un mínimo de 2 eventos anuales: conferencia / networking. (2018 - 2019 - 2020)

2. IMPULSAR SINERGIAS CON ENTIDADES PRÓXIMAS MUTUALIDAD, FAM Y BANCO CAMINOS.

3. DESARROLLAR PACK DE SERVICIOS QUE REPORTEN INGRESOS. FIDELIZACIÓN DE PRECOLEGIADOS Y NUEVOS COLEGIADOS, COORDINADO CON LAS DEMARCACIONES.

El Colegio tiene la obligación legal de desarrollar unas funciones públicas y prestar determinados servicios a los Colegiados y a la Sociedad. Son principalmente los recogidos en la Ley de Colegio Profesionales y los Estatutos. Algunos pueden conllevar un coste adicional a la cuota. El Colegio también presta otros servicios, no obligatorios. Algunos se vienen realizando sin coste adicional.

La propuesta de paquetización de servicios consiste en definir qué servicios de los que presta el Colegio se considerarán asociados a la cuota, y por lo tanto no tendrán coste adicional para los Colegiados, y qué servicios prestará el Colegio con un coste adicional para los Colegiados. Una vez establecido esto, se propone agrupar servicios con coste adicional en paquetes con un precio menor que el que tendrían por separado.

Así, con el pago de la cuota se obtendrían unos servicios básicos, y después se podría obtener nuevos servicios mediante pago. Por ejemplo, por ser Colegiado tienes acceso a los descuentos generales para Colegiados en los cursos de formación que organice el Colegio, pero el curso tendrá un coste, que es adicional a la cuota. Podría crearse un paquete para los cursos de formación en lo que se matriculase durante un año, por el que pagando una cantidad, también anual, se obtuviera un descuento adicional del 10 % en todos los cursos que el Colegiado realizase durante ese año.

Otro paquete podría incluir el acceso a todos los listados que mantiene el Colegio: peritos judiciales, de parte, eficiencia energética, mediación, arbitraje, etc. Cada uno tendría un coste de mantenimiento anual, que podría ser menor si contratase el paquete entero.

Otro más podría ser la asesoría jurídica, laboral, mercantil, civil, profesional, etc. Podría contratarse un paquete que diera acceso a estas asesorías y que incluyese un descuento en recursos administrativos, juicios, etc. Esto se haría mediante una cuota anual por asesoramiento jurídico. En resumen, el Colegio prestaría unos servicios básicos asociados a la cuota y otros servicios adicionales, con coste adicional para el Colegiado. Estos servicios adicionales se podrían ofrecer por separado o agrupados por bloques de interés, en este último caso, con un coste menor. Se tendría pues una cuota básica de colegiación y unas cuotas anuales por adquisición de paquetes de servicios adicionales, en función de los intereses de los Colegiados.

Para el desarrollo de esto calculamos que haría falta tres meses de trabajo en la definición de los

servicios y sus costes, y en la aprobación en su caso, por la Junta de Gobierno de las tarifas. El trabajo podría ser realizado por varios secretarios y/o directores del Colegio.

4. OFERTAR SERVICIOS PARA INGENIEROS DE CAMINOS EN SECTORES FRONTERA Y PARA LOS MILLENNIALS.

5. ESTUDIAR LA MEJORA DEL SERVICIO DE PUBLICACIONES Y BÚSQUEDA DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON EDITORIALES Y ORGANIZACIONES INTERNACIONALES.

Desde los orígenes de nuestra profesión los ingenieros de caminos han tenido una vocación de formación permanente, que se ha traducido en numerosas actividades formativas emprendidas o apoyadas por el Colegio de Ingenieros de Caminos, incluyendo muy especialmente su servicio de publicaciones, el cual ha venido prestando durante muchísimos años un servicio encomiable a la profesión.

La presente acción guarda mucha relación con algunas de las líneas de actuación del Plan Director Estratégico 2020, y en particular con la Línea de Actuación "Formación de alto nivel", como apoyo de la cual debería interpretarse en parte. En particular reforzar las actividades y presencia del servicio de publicaciones, ante el público y los Colegiados, parece necesario para posicionar al Colegio como marca reconocida y prestigiosa de formación. Ello redundaría además en un mejor servicio para los Colegiados, y posiblemente en una mayor fuente de ingresos para el Colegio, reforzando el papel del Servicio de Publicaciones como servicio de atracción y fidelización de la colegiación.

Por otro lado, como también se ha diagnosticado en el Plan Director Estratégico, se produce una creciente internacionalización de nuestra práctica profesional, con las dificultades de representación del Colegio frente a los ingenieros de caminos, resultado de la dispersión geográfica. Dentro del Plan Director Estratégico 202 se sugiere iniciar un modelo de representación ante el colectivo de Colegiados en el extranjero. En este sentido el refuerzo de la oferta de publicaciones, digitales o no, puede ser uno de los pilares de apoyo de dicha representación y reforzar la proximidad de los Ingenieros de Caminos al Colegio.

Como comparación con lo realizado por otras sociedades profesionales de ingenieros, podemos por una lado compararnos con las mayores sociedades profesionales de ingenieros, como ASCE o la Institution of Civil Engineers (ICE) no tienen estos servicios externalizados, sino que disponen de un servicio de publicaciones propio muy desarrollado y gestionado con criterios empresariales y que compiten con éxito con las mayores casas editoriales de libros técnicos a nivel internacional. Ambas sociedades publican un gran número de revistas profesionales u otro tipo de publicaciones periódicas: 18 profesionales más 20 de otros tipos en el caso de ICE, 36 revistas profesionales en el caso de ASCE. Ambas tiene una publicación periódica, disponible en formato digital y papel: New Civil Engineer y Civil Engineering, respectivamente. En el caso de ICE se trata de una empresa constituida independientemente, Tomas Thelford Ltd., gestionados

con criterios puramente comerciales, No tienen acuerdos comerciales con editoriales terceras. Al éxito de ese modelo contribuyen varios factores que son muy difíciles, si no imposibles, de reproducir en el caso del Colegio: (i) número de socios muy superior, 90.000 y 150.000 para ICE y ASCE respectivamente, frente a los 26.000 Ingenieros de Caminos Colegiados, (ii) comunicación natural en inglés para ampliar su clientela fuera de la sociedad, e (iii) obligación por sus estatutos de que los socios dediquen un número mínimo de horas al año a actividades formativas, lo cual crea una demanda importante entre los socios respecto a cursos presenciales, formación on-line y edición (pues en general el estudio privado se suele aceptar como parte de este requisito). Estas actividades formativas se denominan Continuous Professional Development en ICE, y Professional Development Hours o Continuing Education Units en ASCE (en cuyo caso quien exige las horas es el Board of Professional Engineers de cada Estado, los cuales tienen la labor de acreditación profesional. La legislación española, por el contrario, no permite imponer la obligatoriedad de horas anuales dedicadas a formación continua.

En el otro extremo, hay en países de reconocida tradición ingenieril sociedades profesionales de ingenieros, cuya presencia en el mundo editorial y de la comunicación es sin embargo mínima. Entre las acciones relacionadas con las publicaciones que podrían desarrollarse figuran las siguientes.

- 1) Publicación digital con periodicidad semanal a mensual. Podría informar de novedades del sector y configurarse como un servicio de suscripción dentro de la paquetización de servicios. El servicio podría lanzarse de forma gratuita por un periodo de prueba, pasando a ser de cobro en un plazo y según fuera recibido. En este, como en las otras iniciativas propuestas, debería considerarse la profesionalización/externalización, en conversaciones con editoriales o servicios digitales terceros. Respetando las diferencias y la propiedad intelectual, puede formarse idea de este concepto con el ejemplo de American Society of Civil Engineers (ASCE) SmartBrief©, que reciben los Colegiados suscritos con frecuencia aproximadamente semanal, y que contiene noticias generales del sector de la construcción y la ingeniería.
- 2) Publicaciones digitales o no por especialidad. Podrían formar parte de la oferta de paquetes de servicios, ofrecidos a los Colegiados en función de sus intereses.
- 3) Plataforma online de colaboración y gestión de conocimientos y contactos profesionales. Diversas sociedades profesionales ofrecen este tipo de servicios. Usualmente están paquetizados y filtrados según la adscripción a especialidad o especialidades del Colegiado, que éste selecciona con la renovación anual de su cuota. Respetando la propiedad intelectual puede formarse idea de este concepto con el ejemplo de ASCE Collaborate©
- 4) Publicaciones no periódicas (libros y manuales), digitales o no, editadas en colaboración con servicios editoriales externos. Para evaluar esta posibilidad se sugiere iniciar contactos con editoriales en España. De forma preliminar, se ha sondeado a CRC Press (Taylor & Francis), los cuales han manifestado interés en conversaciones para abrir algunas líneas editoriales, pero exclusivamente en idioma inglés, lo cual sin duda constituye una dificultad cuyas posibles ventajas o no habrá que valorar. El mercado iberoamericano por sí solo es otro ámbito donde nuestro idioma supone una ventaja y en el cual deben valorarse las posibilidades de penetración.
- 5) Biblioteca digital interactiva. Se trataría de facilitar acceso digital a publicaciones profesionales

y del sector. Respetando la propiedad intelectual y las diferencias indicadas anteriormente, puede formarse idea de este concepto con el servicio de ASCE ACCESS Engineering© desarrollado por McGraw Hill.

Como pasos principales para avanzar se proponen las siguientes actividades de desarrollo:

- 1) Análisis, en contacto con sus responsables, de la situación actual del Servicio de Publicaciones del Colegio y posibilidades de mejora, con prudencia y realismo.
- 2) Contacto con editoriales, responsables de la Revista de Obras Públicas, etc. para identificar posibles líneas de actuación común.
- 3) Preparación de un informe de "modelo de negocio" contemplando las sugerencias indicadas y otras que pudieran surgir del análisis anterior.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES	Dirección Técnica y de Servicios a los Colegiados Grupo de Trabajo de Emprendedores de la Comisión de Empleo, Emprendimiento y Comunicación.
2	Impulsar SINERGIAS con entidades próximas Mutualidad, FAM y Banco Caminos.	Dirección Técnica y de Servicios a los Colegiados.
3	Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES	Dirección Técnica y de Servicios a los Colegiados.
4	Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials.	Dirección Técnica y de Servicios a los Colegiados.
5	Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales.	Dirección de Publicaciones y Librería

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES	
2	Impulsar SINERGIAS con entidades próximas Mutuality, FAM y Banco Caminos.	
3	Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES	Dotación para el funcionamiento del Grupo de Trabajo, de los eventos de lanzamiento y del ciclo de conferencias/networking
4	Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials.	
5	Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales.	

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES	2018-3T
2	Impulsar SINERGIAS con entidades próximas Mutuality, FAM y Banco Caminos.	2019-1t
3	Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES	2018-4T
4	Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials.	2018-2T

5	Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales.	2018-3T
---	--	---------

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES	Implicación con Comunicación, web y app. Empleo de calidad (medida 14). Difusión, intercambio de conocimientos y Networking (medida 30). Colegio prestador de servicios de valor para sus Colegiados y la sociedad en general (35).
2	Impulsar SINERGIAS con entidades próximas Mutuality, FAM y Banco Caminos.	-
3	Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES	Fidelización para los coelegiados. Bonos descuento (medida 8). Adaptación de la oferta de servicios de certificación (medida 17)
4	Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials.	-
5	Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales.	Formación continua (medida 10) Servicio de Estudios (medida 48). Canales de Comunicación (medida 50).

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

IX. SERVICIOS PARA EL INGENIERO DEL FUTURO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Desarrollar el Programa nacional de EMPRENDEDORES	
	Designación de responsables Sede y Demarcaciones	Designación
	Desarrollo y concreción de las líneas básicas de actuación, definiendo un catálogo de servicios	Catálogo de Servicios
	Análisis y redacción de documentos jurídicos básicos necesarios	Documentos jurídicos
	Contacto y desarrollo de colaboración con Banco Caminos	Acuerdo con Banco Caminos
	Plan de comunicación	Aprobación Plan por el Grupo de Trabajo
	Lanzamiento del Programa	Realización del Evento inicial
	Convenios de colaboración	Nº de convenios
	Eventos de emprendimiento	Nº de eventos, Nº de personas que participan
	Prestación de servicios de emprendimiento	Nº Colegiados que participan en el Programa. Nº Proyectos que se inician
Plataforma de crowdfunding	Cantidad recaudada. Nº de proyectos financiados	
2	Impulsar SINERGIAS con entidades próximas Mutualidad, FAM y Banco Caminos.	
3	Desarrollar pack de SERVICIOS que reporten ingresos. Fidelización de preColegiados y nuevos Colegiados, coordinado con las DEMARCACIONES	A
	Ofertar servicios para ingenieros de Caminos en SECTORES FRONTERA y para los millennials.	A
	Estudiar la mejora del servicio de publicaciones y búsqueda de alianzas estratégicas con editoriales y organizaciones internacionales.	

1 ANTECEDENTES

Las consecuciones de las acciones estratégicas definidas por el grupo de trabajo OE 9 en el periodo 2013-2016 han sido las siguientes:

- Establecer Acuerdos Bilaterales con Organizaciones Profesionales Nacionales Homólogos en los Países de Interés

En el periodo 2013-2016 se han firmado tres nuevos acuerdos bilaterales de reconocimiento con México, Colombia y Chile, así como acuerdos de colaboración con Cuba, Costa Rica y Argentina.

- Monitorizar las Condiciones de Trabajo Profesional en el Extranjero para mejorar la Empleabilidad

En este periodo se han analizado el origen de ofertas de empleo internacional y se han realizado 20 publicaciones de soporte relativos a posibles destinos profesionales en el extranjero de interés para el colectivo.

- Diseñar un Modelo de Prestación de Servicios al Colegiado y de Participación específica para el Ámbito Internacional

El modelo consensuado en el PDE 2013-2016 (OE 9) indica que existe consenso en que los servicios a prestar a los Colegiados respondan a un modelo que propone ofrecer marcos de movilidad que mejoren su empleabilidad, una información básica actualizada, y una primera orientación, asumiendo nuestro rol como entidad de registro profesional en España. Sobre esta premisa, se han ido implementando los siguientes servicios:

- Información sobre destinos profesionales: Puesta a disposición de los Colegiados de contenidos digitales accesibles desde la página web (recursos web, publicaciones y retransmisiones de actividades de interés).
- Certificación y tramitación: Emisión y tramitación de la documentación necesaria para la certificación de capacitación profesional, ámbito competencial y cumplimiento de responsabilidad civil para el ejercicio legal de la profesión en el país destino, así como certificados para empresas para la puesta en valor de equipos y experiencia empresarial en procesos de compra pública en países extranjeros.
- Gestión de los convenios de reconocimiento profesional bilateral: Registro, validación y seguimiento en destino de los procedimientos de registro y formación complementaria adscritos a los mismos.
- Orientación: Orientación preliminar a los Colegiados que lo soliciten, en temas de asesoría fiscal, laboral y prestacional, considerando los recursos que se precisen para abordar estos servicios de manera eficiente.

- Fortalecer la Presencia en Foros Internacionales Multilaterales

En el presente periodo se ha consolidado el número de representantes del Colegio en cargos directivos en organismos internacionales, manteniendo presencia en las Juntas Directivas de los Consejos Europeo y Mundial de Ingenieros Civiles, la vicepresidencia del Consejo de Asociaciones Profesionales de Ingeniería Civil de Países de Lengua Portuguesa y Castellana, y sumándose la presencia de un representante en la Junta Directiva de la Federación Mundial de Ingenieros Civiles.

Mención aparte requiere la consecución de alianzas con UNESCO y NNUU Agua por parte del Consejo Mundial de Ingenieros Civiles, entidad apoyada de manera explícita por el Colegio desde su fundación.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

Los objetivos a alcanzar en este periodo 2017-2020 se desarrollan sobre las estructuras implementadas en el anterior PDE, y se dirigen al colectivo de profesionales ejercientes en el extranjero consolidados en sus destinos, al objeto de presentarles el atractivo de permanecer colegiados. Dichos objetivos se presentan a continuación.

42. Reforzar el vínculo del Colegio con sus Colegiados mediante la reformulación, ampliación y visibilización de la oferta de prestaciones y servicios, permitiendo su uso efectivo independientemente de la localización geográfica del usuario.
43. Desarrollar un marco continuado de colaboración con los Representantes del CICCOP en el extranjero, que permita canalizar las necesidades del colectivo en cada país.
44. Poner en marcha una estructura de comunicación multicanal específica que incluya un programa anual de actividades en el exterior.
45. Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales mediante en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral.
46. Liderar una estrategia de proyección internacional de la Ingeniería Española acorde y congruente con la influencia de nuestro sector empresarial, mediante la participación activa en proyectos de organizaciones de ámbito regional y global (NNUU, OCDE, etc.) y consolidando la presencia en Foros y Organismos Internacionales Multilaterales.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

En congruencia con los objetivos definidos anteriormente, se agrupan una serie de actuaciones de análisis, actualización, implementación y visibilización de los servicios a disposición de todos

los Colegiados, con independencia de su ubicación. Estos objetivos se plasman en las siguientes medidas:

- Reforzar el vínculo del Colegio con sus Colegiados

La necesidad de reforzar dicho vínculo requiere de una caracterización previa de nuestro público potencial, colegiado o no. En este sentido, se identifica la necesidad de un análisis demográfico del colectivo, al objeto de definir estrategias de comunicación adecuadas a las distintas situaciones profesionales en cada caso.

Superando este colectivo el 10% de la masas colegial, es prioritaria una reflexión sobre el modelo general de representación de los colegiados por Demarcaciones, y se propone estudiar la viabilidad de crear una Demarcación "Internacional" donde estén representados.

En este sentido, será necesario hacer uso de nuevas tecnologías que agilicen los procesos colegiales y la prestación de dichos servicios.

Habida cuenta de las necesidades específicas de los compañeros ejercientes en el extranjero y de la no disponibilidad de algunas prestaciones en su país destino, se promoverán sinergias con entidades con intereses sobre este mismo colectivo, al objeto de ofrecer a los Colegiados, bajo el amparo del Colegio, una oferta integral de servicios de calidad accesible desde cualquier país.

- Desarrollar un marco continuado de colaboración con los Representantes del CICCIP en el extranjero

La implementación de una estructura de representación colegial era un paso previo para articular un contacto más cercano con el colectivo ejerciente en un país. La segunda fase de este modelo de representación requiere de un contacto regular del Colegio con sus Colegiados y Representantes, poniendo a su disposición contenidos que permitan informar adecuadamente de temas de interés para su actividad profesional, de carácter general o específicos de su país destino.

- Poner en marcha una estructura de comunicación multicanal

El contacto con el Colegiado debe tomar forma bajo dos tipos de actuaciones: por una parte, la del encuentro personal, que poco a poco se está consolidando en los países con representación; y por otra, la comunicación digital que permite una respuesta y comunicación inmediata en caso de necesidad. En este sentido, se debe fomentar el uso de las estructuras de comunicación colegial implementadas a finales del pasado mandato colegial, poniéndolas a disposición de las estructuras del Colegio y su Representantes.

Dentro de esta estrategia, se considera fundamental la celebración de un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero organizados a instancias de los Representantes.

- Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral

El ejercicio de nuestra profesión está regulado en la mayoría de los países, siendo requisito indispensable el ejercicio legal de la profesión en destino para la empleabilidad de nuestros profesionales y la competitividad de nuestras empresas. De ahí se deriva la necesidad de facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral.

Los actuales marcos de movilidad profesional en el ámbito de la ingeniería están siendo revisados en distintos foros globales y regionales. El marco vigente de los tratados de libre comercio firmados por la Unión Europea, los convenios bilaterales de movilidad ya firmados por el propio Colegio así como otras opciones que surgieran, permiten mejorar la empleabilidad de nuestros compañeros, así como la competitividad de nuestras empresas en el mercado internacional. Su puesta en marcha requiere de un enfoque global que permita economías de escala en el desarrollo de los procesos administrativos para su implementación.

- Liderar una estrategia de proyección internacional de la Ingeniería Española acorde y congruente con la influencia de nuestro sector empresarial

Si bien el propio Colegio, como institución, o el propio colectivo tienen una buena imagen en el extranjero, ésta se ve frenada en países de habla no hispana. En consecuencia, se considera prioritaria la creación de contenidos en inglés y francés, para un mejor conocimiento del ejercicio de la profesión y sus instituciones, ampliando la capacidad de prescripción e influencia en muchos aspectos en los que podemos ser referente para países con estructuras menos consolidadas o en proceso de creación, facilitando un conocimiento previo del modelo profesional español que agilice la negociación de marcos bilaterales o multilaterales de movilidad profesional.

La presencia de nuestros profesionales en organizaciones internacionales fomenta la proyección internacional la actividad del Colegio y del prestigio de nuestro colectivo. En este sentido, se considera necesario incentivar la presencia de nuestros Colegiados en organismos internacionales, así como promover la presencia de representantes del Colegio en las organizaciones de representación sectorial a nivel regional y global.

Por último, pero no menos importante, la acción coordinada con las Administraciones Públicas (AAPP) es fundamental para el éxito final de muchas de las actuaciones de acción exterior y proyección internacional de nuestro colectivo y sus empresas. Por este motivo, se considera necesario reforzar esta colaboración y aprovechar las sinergias que pueda ofrecer una acción combinada con las AAPP, y en particular en lo relacionado con el Plan de Internacionalización del Transporte y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y en el Plan de Internacionalización del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente que se encuentran en fase de desarrollo.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Caracterizar el colectivo ejerciente en el extranjero segmentados por grupo de edad, sexo, Demarcación y Universidad de origen, así como el ratio de ICCP ejercientes/Colegiados. - 42	SItI / CItI-Rep
2	Estudiar la viabilidad y propuesta de funcionamiento de una "Demarcación" Internacional que preste servicios específicos a los ejercientes en el extranjero. - 42	CItI / JG
3	Redefinir los procedimientos colegiales para profesionales desplazados, facilitando su gestión electrónica. - 42	SItI / SG / JG
4	Establecer sinergias con entidades que comparten el mismo colectivo objetivo (Universidades, seguros, servicios financieros , etc.) para la sensibilización sobre distintos temas y el desarrollo de una oferta conjunta de servicios para el colectivo de Colegiados. - 42	SItI /SG /JG
5	Desarrollar contenidos para representantes y Colegiados con el fin de informar adecuadamente de la oferta de servicios colegiales disponible. - 43	SItI / CItI-Rep
6	Poner en explotación las estructuras de comunicación colegial específicas para profesionales en el extranjero y fomentar su utilización por parte de los representantes y los propios servicios del Colegio. - 44	SItI / CItI-Rep
7	Establecer un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero y un plan de cooperación internacional. - 44	SItI / CItI-Rep
8	Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral - 45	SItI / CItI-Cnv / SG / JG

9	Creación de contenidos en idiomas inglés y francés para caracterizar el ejercicio de la profesión y sus instituciones reguladoras en el extranjero. - 46	SItI / CItI
10	Fomentar la presencia de ICCP compañeros en organismos internacionales en posiciones directivas. - 46	SItI / CItI / SG / JG
11	Establecer colaboración y sinergias en el ámbito del Plan de Intl. del Tte. y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y del Plan de Intl. del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente actualmente en fase de desarrollo. - 46	SItI / CItI / SG / JG

SItI: Servicio Internacional, CItI: Comisión Internacional, SG: Secretaría General, JG: Junta de Gobierno, CItI-Cnv: GT Convenios Comisión Internacional, CItI-OOII: GT Organismos Internacionales Comisión Internacional, CItI-Com: GT Comunicación Comisión Internacional, CItI-MUE: GT Movilidad en la Unión Europea, CItI-Rep: GT Representantes

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Caracterizar el colectivo ejerciente en el extranjero segmentados por grupo de edad, sexo, Demarcación y Universidad de origen, así como el ratio de ICCP ejercientes/Colegiados. - 42	Personal del Colegio
2	Estudiar la viabilidad y propuesta de funcionamiento de una "Demarcación" Internacional que preste servicios específicos a los ejercientes en el extranjero. - 42	Personal del Colegio
3	Redefinir los procedimientos colegiales para profesionales desplazados, facilitando su gestión electrónica. - 42	Personal del Colegio Implementación técnica externa
4	Establecer sinergias con entidades que comparten el mismo colectivo objetivo (Universidades, seguros, servicios financieros , etc.) para la sensibilización sobre distintos temas y el desarrollo de una oferta conjunta de servicios para el colectivo de Colegiados. - 42	Personal del Colegio
5	Desarrollar contenidos para representantes y Colegiados con el fin de informar adecuadamente de la oferta de servicios colegiales disponible. - 43	Personal del Colegio

6	Poner en explotación las estructuras de comunicación colegial específicas para profesionales en el extranjero y fomentar su utilización por parte de los representantes y los propios servicios del Colegio. - 44	Personal del Colegio
7	Establecer un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero y un plan de cooperación internacional. - 44	Personal del Colegio / Representantes en el extranjero
8	Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral - 45	Personal del Colegio/ Reuniones de seguimiento / Asistencia a foros Internacionales
9	Creación de contenidos en idiomas inglés y francés para caracterizar el ejercicio de la profesión y sus instituciones reguladoras en el extranjero. - 46	Traducciones externas
10	Fomentar la presencia de ICCP compañeros en organismos internacionales en posiciones directivas. - 46	Personal del Colegio/ Reuniones de seguimiento
11	Establecer colaboración y sinergias en el ámbito del Plan de Intl. del Tte. y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y del Plan de Intl. del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente actualmente en fase de desarrollo. - 46	Personal del Colegio/ Reuniones de seguimiento

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Caracterizar el colectivo ejerciente en el extranjero segmentados por grupo de edad, sexo, Demarcación y Universidad de origen, así como el ratio de ICCP ejercientes/Colegiados. - 42	1,2T-2018
2	Estudiar la viabilidad y propuesta de funcionamiento de una "Demarcación" Internacional que preste servicios específicos a los ejercientes en el extranjero. - 42	1,2T-2019
3	Redefinir los procedimientos colegiales para profesionales desplazados, facilitando su gestión electrónica. - 42	1,2T-2018

4	Establecer sinergias con entidades que comparten el mismo colectivo objetivo (Universidades, seguros, servicios financieros , etc.) para la sensibilización sobre distintos temas y el desarrollo de una oferta conjunta de servicios para el colectivo de Colegiados. - 42	2019
5	Desarrollar contenidos para representantes y Colegiados con el fin de informar adecuadamente de la oferta de servicios colegiales disponible. - 43	1,2T-2018
6	Poner en explotación las estructuras de comunicación colegial específicas para profesionales en el extranjero y fomentar su utilización por parte de los representantes y los propios servicios del Colegio. - 44	1,2T-2018
7	Establecer un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero y un plan de cooperación internacional. - 44	2018
8	Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral - 45	2018-2020
9	Creación de contenidos en idiomas inglés y francés para caracterizar el ejercicio de la profesión y sus instituciones reguladoras en el extranjero. - 46	2018
10	Fomentar la presencia de ICCP compañeros en organismos internacionales en posiciones directivas. - 46	2018-2020
11	Establecer colaboración y sinergias en el ámbito del Plan de Intl. del Tte. y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y del Plan de Intl. del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente actualmente en fase de desarrollo. - 46	2018-2020

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
1	Caracterizar el colectivo ejerciente en el extranjero segmentados por grupo de edad, sexo, Demarcación y Universidad de origen, así como el ratio de ICCP ejercientes/Colegiados. - 42	8
2	Estudiar la viabilidad y propuesta de funcionamiento de una "Demarcación" Internacional que preste servicios específicos a los ejercientes en el extranjero. - 42	8
3	Redefinir los procedimientos colegiales para profesionales desplazados, facilitando su gestión electrónica. - 42	9
4	Establecer sinergias con entidades que comparten el mismo colectivo objetivo (Universidades, seguros, servicios financieros , etc.) para la sensibilización sobre distintos temas y el desarrollo de una oferta conjunta de servicios para el colectivo de Colegiados. - 42	9
5	Desarrollar contenidos para representantes y Colegiados con el fin de informar adecuadamente de la oferta de servicios colegiales disponible. - 43	11
6	Poner en explotación las estructuras de comunicación colegial específicas para profesionales en el extranjero y fomentar su utilización por parte de los representantes y los propios servicios del Colegio. - 44	11
7	Establecer un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero y un plan de cooperación internacional. - 44	11
8	Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral - 45	9
9	Creación de contenidos en idiomas inglés y francés para caracterizar el ejercicio de la profesión y sus instituciones reguladoras en el extranjero. - 46	9
10	Fomentar la presencia de ICCP compañeros en organismos internacionales en posiciones directivas. - 46	6

11	Establecer colaboración y sinergias en el ámbito del Plan de Intl. del Tte. y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y del Plan de Intl. del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente actualmente en fase de desarrollo. - 46	6
----	--	---

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	Caracterizar el colectivo ejerciente en el extranjero segmentados por grupo de edad, sexo, Demarcación y Universidad de origen, así como el ratio de ICCP ejercientes/Colegiados. - 42	Número de altas/bajas colegiales solicitadas por ejercientes en el extranjero.
2	Estudiar la viabilidad y propuesta de funcionamiento de una "Demarcación" Internacional que preste servicios específicos a los ejercientes en el extranjero. - 42	Número de usuarios de Servicios ejercientes en el extranjero.
3	Redefinir los procedimientos colegiales para profesionales desplazados, facilitando su gestión electrónica. - 42	Número de países monitorizados /países representados
4	Establecer sinergias con entidades que comparten el mismo colectivo objetivo (Universidades, seguros, servicios financieros , etc.) para la sensibilización sobre distintos temas y el desarrollo de una oferta conjunta de servicios para el colectivo de Colegiados. - 42	Número de nuevos servicios o productos ofrecidos.
5	Desarrollar contenidos para representantes y Colegiados con el fin de informar adecuadamente de la oferta de servicios colegiales disponible. - 43	% de Colegiados ejercientes en el extranjero representados.
6	Poner en explotación las estructuras de comunicación colegial específicas para profesionales en el extranjero y fomentar su utilización por parte de los representantes y los propios servicios del Colegio. - 44	Número de comunicaciones enviadas por la estructura del CIGCP o sus representantes.

7	Establecer un programa anual de encuentros de Colegiados en el extranjero y un plan de cooperación internacional. - 44	Número de encuentros colegiales programados anualmente en el exterior.
8	Facilitar la regularización de la capacidad de ejercicio de nuestros profesionales en el marco de acuerdos de movilidad profesional de ámbito regional o bilateral - 45	Nº de Acuerdos bilaterales y Gestiones de reconocimiento vigentes.
9	Creación de contenidos en idiomas inglés y francés para caracterizar el ejercicio de la profesión y sus instituciones reguladoras en el extranjero. - 46	Nº de Publicaciones o documentos disponibles en más de un idioma.
10	Fomentar la presencia de ICCP compañeros en organismos internacionales en posiciones directivas. - 46	Nº de cargos electos en OOII.
11	Establecer colaboración y sinergias en el ámbito del Plan de Intl. del Tte. y la Infraestructura del Ministerio de Fomento y del Plan de Intl. del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente actualmente en fase de desarrollo. - 46	Incremento de encuentros bilaterales desarrollados con motivo del Plan.

1 ANTECEDENTES

La comunicación es un aspecto fundamental en la estrategia de cualquier organización y ha sido una de las actividades que más cambios ha sufrido en los últimos años y de la que más evolución se espera en un futuro.

De acuerdo con ello es preciso plantearse, en el caso del Colegio de Ingenieros de Caminos, cuál debe ser el papel de la comunicación para afrontar los nuevos retos de la profesión en los próximos años. Es preciso repensar su papel, así como la estructura organizativa encargada de ello, para que dé respuesta a los nuevos retos, no debiendo limitarse a ser principalmente el vehículo de transmisión de las noticias de la institución, como ha sido hasta ahora. Debe tener también encomendados los cometidos de analizar los mensajes a enviar por la profesión, elaborar la definición de su contenido, madurar y programar su estrategia y procurar la proyección de su imagen pública, coordinando a los diferentes órganos colegiales y al conjunto de los Colegiados.

Es fundamental que el Colegio trabaje de manera consciente en la proyección de la profesión y la promoción social y cultural de nuestra carrera, aunando las inquietudes del ingeniero, canalizando el concepto de responsabilidad social y aprovechando las enormes oportunidades que se brindan en el futuro para nuestra profesión.

Asimismo, es preciso potenciar todos los canales de comunicación con los Colegiados, aprovechando las nuevas formas de comunicación que propicien que el Colegio sea más amigable e interesante y se sientan amparados y defendidos por él.

En el PDE anterior los objetivos establecidos en el apartado de Comunicación y Participación fueron los siguientes:

- Concretar y priorizar las iniciativas para aumentar la colegiación y participación, incluyendo la vinculación de jóvenes y preColegiados.
- Tener una presencia positiva en la sociedad a través de los medios de comunicación.
- La participación de los Colegiados en la vida y actividades del Colegio.

Desde entonces, la evolución ha sido la siguiente:

- Se ha producido un incremento de la precolegiación de los estudiantes del Máster y de la colegiación de los egresados que, no obstante, hay que mantener y mejorar.
- Respecto a la presencia y participación pública de la profesión en el desarrollo sociopolítico y económico del país, se ha conseguido que altos cargos de la Administración y de la política asistan a los encuentros organizados en el Colegio por la Fundación Caminos (Presidente del Congreso, Vicepresidenta del Gobierno, Ministros y representantes de los principales Partidos Políticos, Presidentes de grandes empresas), con la consiguiente repercusión mediática, y se han publicado

artículos en prensa, tanto firmados por el presidente del Colegio como por los Decanos de las Demarcaciones.

- Mediante los Encuentros, Foros, Jornadas y Debates organizados se ha incrementado la participación de los Colegiados que, además de asistir presencialmente, lo han podido hacer a través de videoconferencia, servicio que se ha mejorado considerablemente durante este tiempo y que permite su visionado posterior a través del Canal de YouTube del Colegio.
- En cuanto a la actuación en el campo de la responsabilidad social, incluida la canalización de la solidaridad en general y de la cooperación al desarrollo en particular, se ha actuado a través del Premio Rafael Izquierdo a la Solidaridad, que actualmente está en su 4ª Edición.

Como aspectos propios de la comunicación con los Colegiados y la sociedad, en la actualidad esta se realiza en los siguientes apartados:

- Intervenciones en medios de comunicación y artículos en prensa.
- Página web, recibe más de 40.000 visitas mensuales.
- Correos electrónicos; se envían una media de 2-3 semanales, 50.000 a 75.000 correos, cuyo índice de apertura ronda el 40 %.
- Redes Sociales; en Facebook el Colegio tiene unos 2.500 seguidores, en Twitter del orden de 16.000 y en LinkedIn unos 6.500.

2 OBJETIVOS A ALCANZAR

Objetivos generales:

- Transmitir los valores y posibilidades de la profesión sobre la base de una información rigurosa, innovadora y sensible.
- Actuar como institución con un papel de liderazgo visible en la sociedad.
- Ser eficiente en el contenido, velocidad de respuesta y uso de los canales adecuados, de cara a llegar a la sociedad y para fomentar la participación y conocimiento del Colegio entre los propios Ingenieros de Caminos.

Objetivos específicos:

- Mejorar la percepción de los Ingenieros de Caminos y redefinir nuestra imagen para seducir a la sociedad. Para ello, en un proceso adecuado de comunicación, no solo se trata de emitir, sino también hay que escuchar y participar.
- Dar a conocer los valores que la profesión ha aportado a la modernización y progreso del país.
- Atraer a lo mejor de las nuevas generaciones para que se sientan cautivados por la profesión, trasladando una nueva imagen y unos nuevos cometidos (#FuturoCaminos).

- Incrementar la participación e interacción de los Colegiados actuales, así como su conocimiento del propio Colegio.
- Fomentar el acercamiento al Colegio de todos los Ingenieros de Caminos no Colegiados.
- Reforzar la imagen de un Colegio que representa a la profesión en su conjunto y no a intereses políticos de ningún tipo, ni dependiente de administraciones o ideologías, basado en la experiencia, conocimiento y rigor.
- Mejorar el conocimiento de los servicios y actividades que brinda el Colegio, tanto en los propios Colegiados, como entre los estudiantes de las diferentes universidades.
- Aumentar la calidad en la comunicación a los Colegiados, mediante una planificación organizada de contenidos, una segmentación de asuntos por grupos, la búsqueda de los medios más atractivos según segmentos de edad e interés y la mejora de la edición y modernización estética de las publicaciones.
- Coordinar la comunicación entre los diferentes organismos integrantes del Colegio de Ingenieros de Caminos, con objeto de homogeneizar la estrategia de comunicación y de optimizar los recursos existentes.

3 DESCRIPCIÓN DE CADA MEDIDA

1. NOMBRAMIENTO DE UN RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN DEL COLEGIO

Es evidente que las estrategias de comunicación están cambiando muy rápidamente y, por tanto, las estructuras organizativas que se ocupan de esta actividad deben hacerlo también para poder ser eficientes. Hoy en día, en una corporación como el Colegio de Ingenieros de Caminos, es imprescindible disponer de una estructura organizada a cargo de la comunicación que permita, por un lado, disponer de una estrategia global planificada y a la vez dinámica que desarrolle las políticas comunicativas que más convengan a la entidad y, por otro, que tenga capacidad de reacción para proporcionar respuesta e intervención ágil y de calidad en materias de actualidad de afecten a la profesión. Para ello se propone que el Responsable de Comunicación sea un profesional a tiempo completo, en plantilla del Colegio, con un perfil muy dinámico y que desarrolle su labor con una coordinación completa con los órganos de dirección del Colegio.

Este coordinador deberá orientar y liderar la programación de iniciativas, tanto en cuanto a la definición de contenidos para conseguir los objetivos específicos anteriores planteados, como de los medios adecuados a emplear en cada caso. Será el responsable de coordinar, informarse y perseguir la vinculación del área y estrategia de comunicación con todas actuaciones colegiales. Del mismo modo, esta persona podría ser el responsable de incidir especialmente en la mejora de la comunicación “digital”, así como de la estética y diseño de las comunicaciones y publicaciones que se realizan en el Colegio, ya que son los dos aspectos fundamentales donde se han detectado oportunidades de mejora. Por ello, se propone que esta persona tenga formación y amplia experiencia como community manager, así como en edición, diseño y marketing digital.

Las principales funciones del Coordinador de Comunicación serán:

- Dinamizar la estrategia general de comunicación.
- Responsabilizarse del seguimiento de las acciones.
- Coordinar los distintos equipos involucrados internos/externos del Colegio (comunicación, publicaciones, informática, empleo, comisiones y comités técnicos...).
- Sugerir a los órganos de dirección las propuestas para llevar a cabo la estrategia planteada.
- Realizar informes periódicos de benchmarking de lo que están haciendo otros colegios profesionales en materia de comunicación.
- Coordinar la elaboración del plan anual de comunicación, su seguimiento, revisión y ajuste periódico.
- Ejercer de community manager y organizar toda la estrategia digital (newsletter, boletines secretario, web, app).
- Planificar y dirigir todas las acciones de marketing digital y diseño (invitaciones, maquetación, publicaciones...).
- Coordinación de la estrategia y agenda de encuentros y eventos.
- Plantear y organizar, en su caso, la puesta en marcha de un blog del propio Colegio, como medio de difusión de la profesión

2. CREACIÓN DE UN SERVICIO DE ESTUDIOS

Asimismo, se considera fundamental crear un Servicio de Estudios en el Colegio, coordinado por el Responsable de Comunicación. Un objetivo primordial de la estrategia de comunicación debe ser tener agilidad y capacidad de reacción para proporcionar opinión y presencia pública cuando la actualidad lo demande. Este Servicio de Estudios estaría integrado por un grupo de personas designadas dentro del colectivo a las que poder recurrir en caso necesario. Este grupo deberá formarse con apoyo y en coordinación con las Comisiones y Comités Técnicos existentes actualmente, por lo que no debería requerir nuevos recursos. Hay que organizarlo de forma práctica y eficaz, evitando duplicidades en esta organización tan compleja.

Este grupo de expertos no solo debería estar disponible para aportar la opinión del Colegio ante acontecimientos o sucesos presentes sino que también debería reunirse al menos una vez al trimestre para fijar temas y prioridades de comunicación en el futuro próximo, así como para analizar las novedades y proyectos innovadores sobre las distintas áreas estratégicas en las que la profesión juega o está llamada a desempeñar un papel protagonista, además de los sectores sobresalientes en los que históricamente ha contribuido a la modernización y el desarrollo económico de nuestro país y su impacto en la esfera internacional.

3. ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA Y AGENDA PLANIFICADA DE ENCUENTROS Y EVENTOS.

Es preciso establecer una agenda realista y bien coordinada de ciclos, eventos y reuniones para poder ganar presencia, influencia y capacidad de amplificación de los mensajes del Colegio. Esta agenda debe contemplar:

- Encuentros en diversos foros, nacionales e internacionales.

- Desayunos con diversos periodistas, de manera individual y personalizada, con los altos cargos del Colegio, para tratar temas de interés para el sector y analizar los avances y propuestas del Servicio de Estudios, en los que el Colegio pueda aportar su visión y experiencia.
- Ciclos de conferencias y eventos de temas de actualidad, para lo que podría sondearse la colaboración con empresas y medios de comunicación.
- Participación activa de Colegiados en la vida pública de cara a ganar influencia (conferencias, debates, programas de radio o televisión, artículos de periódico).

Para el correcto desarrollo de esta agenda se deberá nombrar una persona responsable del impulso y seguimiento de la misma, ya que debe estar adecuadamente planificada y desarrollarse con seguimiento y continuidad, fijándose unos objetivos concretos y analizándose su cumplimiento de forma periódica.

4. REPLANTEAMIENTO DE LA UTILIZACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN.

Hay que hacer un replanteamiento completo de la utilización de los canales de comunicación, con objeto de optimizar recursos y de amplificar la capacidad de penetración de los mensajes. El centro de gravedad de toda la política de comunicación del Colegio debería ser la nueva web, así como su aplicación móvil asociada. Por ello es preciso cuidar la página, mantenerla y actualizarla, puesto que va a ser donde se deposite la mayor parte del contenido de la comunicación colegial con capacidad de llegar al conjunto de la sociedad y al colectivo de forma rápida y eficaz.

A partir de aquí, la estrategia en redes sociales debe aprovechar dichos recursos informativos mediante una política muy profesionalizada que contemple la planificación de recursos y herramientas a utilizar, el contenido y cantidad de mensajes, horarios o qué red es más adecuada en cada momento.

No solo hay que centrarse en los canales, es preciso también establecer una estrategia que tenga en cuenta la utilización de un lenguaje más adecuado a los fines que se persiguen en las redes sociales, que explique los mensajes de la forma más adecuada al público y objetivo al que se pretende llegar en cada caso. En este sentido, se señala especialmente que la estrategia global de comunicación debe considerar plantear un potente plan específico de comunicación dirigido a los más jóvenes, recién titulados y alumnos de las escuelas.

Así mismo, es preciso contar con una red de influencers (Colegiados o no) y, a ser posible, también con líderes de opinión y figuras destacadas de la comunicación para buscar su colaboración y apoyo en la creación y difusión de los mensajes más potentes del Colegio. En esta relación se deben incluir profesionales independientes, personalidades destacadas en diversos campos de la economía, la abogacía o la cultura, así como comunicadores de prestigio.

También habría que analizar de forma global y, en su caso, replantear nuestra presencia y actividad en medios convencionales, así como los recursos invertidos en publicaciones (Revista de Obras Públicas, Boletín del Colegio, publicaciones de las Demarcaciones), de modo que todos estos

recursos se encuentren contemplados en la estrategia de comunicación global que se define para el Colegio y se utilicen de forma coordinada y planificada.

5. ESTABLECIMIENTO DE UN PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN ENTRE ÓRGANOS DE DECISIÓN.

Teniendo en cuenta el tamaño del Colegio y su estructura organizativa, es preciso establecer un procedimiento adecuado para coordinar toda la estrategia de comunicación del Colegio, aunando las necesidades y objetivos de la Sede Central, las Demarcaciones y la Fundación Caminos, además de la lógica necesidad de optimizar los escasos recursos existentes. En materia de comunicación, juntos se es más fuerte.

Para ello el Responsable de Comunicación del Colegio establecerá un sistema de coordinación con los responsables del resto de órganos de decisión, de manera que se establezca una política que pueda prever con la suficiente antelación sobreesfuerzos, duplicación de recursos e incoherencia de mensajes.

4 EJECUCIÓN DE CADA MEDIDA

1. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RESPONSABLE
1	Nombramiento de un Responsable de Comunicación del Colegio	Junta de Gobierno/Secretario General
2	SERVICIO DE ESTUDIOS. Aportación de información a los medios. Comunicación de carácter bidireccional	Director de Comunicación/ Comisiones y Comités Técnicos
3	AGENDA: planificación de encuentros y eventos	Director de Comunicación/Dirección de Publicaciones
4	CANALES DE COMUNICACIÓN: Boletín, newsletter, ROP, Informes de posición, Redes sociales e influencers	Director de Comunicación/Dirección de Publicaciones
5	Establecimiento de un procedimiento de coordinación entre órganos de decisión	Director de Comunicación

2. RECURSOS NECESARIOS. COSTE PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	RECURSOS/COSTES
1	Nombramiento de un Responsable de Comunicación del Colegio	A determinar
2	SERVICIO DE ESTUDIOS. Aportación de información a los medios. Comunicación de carácter bidireccional	Personal del Colegio/Integrantes Comisiones (0 €)
3	AGENDA: planificación de encuentros y eventos	Personal del Colegio (0 €)
4	CANALES DE COMUNICACIÓN: Boletín, newsletter, ROP, Informes de posición, Redes sociales e influencers	Personal del Colegio (0 €)
5	Establecimiento de un procedimiento de coordinación entre órganos de decisión	Personal del Colegio (0 €)

3. PLAZO PREVISTO DE EJECUCIÓN

Nº	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
1	Nombramiento de un Responsable de Comunicación del Colegio	Primer semestre 2018
2	SERVICIO DE ESTUDIOS. Aportación de información a los medios. Comunicación de carácter bidireccional	Segundo semestre 2018
3	AGENDA: planificación de encuentros y eventos	Primer semestre 2018
4	CANALES DE COMUNICACIÓN: Boletín, newsletter, ROP, Informes de posición, Redes sociales e influencers	Primer semestre 2018
5	Establecimiento de un procedimiento de coordinación entre órganos de decisión	Primer semestre 2018

4. RELACIÓN O DEPENDENCIA DE OTRAS ACTUACIONES

Nº	ACCIÓN	REL. OTRAS ACTUACS.
----	--------	---------------------

1	Nombramiento de un Responsable de Comunicación del Colegio	A
2	SERVICIO DE ESTUDIOS. Aportación de información a los medios. Comunicación de carácter bidireccional	A
3	AGENDA: planificación de encuentros y eventos	A
4	CANALES DE COMUNICACIÓN: Boletín, newsletter, ROP, Informes de posición, Redes sociales e influencers	A
5	Establecimiento de un procedimiento de coordinación entre órganos de decisión	

5 INDICADORES Y MÉTRICAS DE AVANCE Y CONSECUCCIÓN DEL OBJETIVO

Nº	INDICADORES	MÉTRICA AVANCE
1	A	
2	A	
3	A	A
4	A	A
5		



**Colegio de
Ingenieros de Caminos,
Canales y Puertos**

**PLAN
DIRECTOR
DE ESTRATEGIA
2020**