

Caso práctico



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Lorenzo y **Marisol** están encantados con sus alumnos de prácticas.

Ya es el momento de formarlos en aspectos relacionados con las acciones divulgativas, sobre el uso eficiente de la energía y el agua.

Lorenzo ha hecho una valoración sobre los objetivos marcados hasta el momento e informa a su compañera:

-Marisol, pienso que los alumnos ya están preparados para llevar a la práctica las distintas fases que se requieren para que un plan de acción divulgativa sea efectivo y rentable.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

-Estoy totalmente de acuerdo contigo, yo me encargaré de informarles sobre la decisión que hemos tomado, **Lorenzo**. ¡Bueno! ¿Si a ti no te merece mal?

-Me parece muy bien **Marisol**, queda mañana con ellos y les contamos.

Marisol hace una llamada telefónica a **Estrella** y a **Carlos**, les convoca para el día siguiente a las 09:00 horas en su oficina, para informarles sobre la nueva función que van a desempeñar en lo sucesivo.



[Ministerio de Educación y Formación Profesional](#). (Dominio público)

Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación y Formación Profesional.

[Aviso Legal](#)

1.- Planes nacionales de uso eficiente de la energía y del agua.

Caso práctico

Carlos decide desempolvar los apuntes de clase, y entre ellos encuentra un Plan de Activación de Eficiencia Energética. Éste se lo había entregado **Pablo** en el primer trimestre de segundo curso.

Carlos llama a **Estrella**:

-¡Qué alegría escucharte **Carlos**! ¿Te ha llamado **Marisol**? Le pregunta **Estrella** a **Carlos**.

A lo que **Carlos** le responde:

-Sí, claro. ¿Sabes que encontré un Plan Nacional relacionado con el uso eficiente de la energía y el agua? Si te parece quedamos.

A **Estrella** le parece que es una idea fantástica y quedan a las 08:00 horas.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Los Planes Nacionales relacionados con el uso de la energía o del agua definen objetivos a nivel nacional para varios años y marcan unas líneas de actuación.

En materia de energía, el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030, define los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, de penetración de energías renovables y de eficiencia energética. Determina las líneas de actuación y la senda que, según los modelos utilizados, es la más adecuada y eficiente, maximizando las oportunidades y beneficios para la economía, el empleo, la salud y el medio ambiente; minimizando los costes y respetando las necesidades de adecuación a los sectores más intensivos en CO2.

Debes conocer

Si pinchas en [IDAE](#) podrás acceder a la página del Instituto para la Diversificación y el Ahorro de Energía. A través de esta página podrás acceder a mucha información general sobre energía: publicaciones, legislación, ayudas, etc. También puedes acceder a los planes nacionales que están en vigor en materia de energía.

En dicha página encontrarás el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) 2021-2030. Puedes revisar sus principales apartados en el siguiente enlace:

[Plan Nacional Integrado de Energía y Clima \(PNIEC\) 2021-2030](#)

Para saber más

La gestión del uso del agua, así como sus planes, en nuestro país están más localizados que los de uso de energía. Dicha gestión se realiza principalmente desde los municipios o desde entidades compuestas por varios municipios como por ejemplo mancomunidades.

Aunque el país está dividido en cuencas hidrográficas que dependen del Estado, las Comunidades Autónomas también planifican sobre uso de agua.

Si pinchas en el siguiente enlace podrás acceder a un plan relacionado con el uso del agua, el cual no es nacional sino de una Comunidad Autónoma:

[Plan Director del Ciclo Integral de Agua de Uso Urbano de Navarra 2019-2030](#)



1.1.- Plan de energía y clima.

Como habrás podido ver en el apartado anterior, existen planes específicos sobre el uso del agua y sobre el uso eficiente de la energía. En estos Planes entre otros aspectos deben aparecer los resultados que se pretenden alcanzar y las medidas que se han de seguir.

El Plan Nacional Integrado de Energía y Clima 2021-2030 (PNIEC) propone alcanzar los siguientes **resultados en 2030**:

- 23% de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) respecto a 1990.
- 42% de energías renovables sobre el consumo total de energía final.
- 39,5% de mejora de la eficiencia energética.
- 74% de energías renovables en la generación eléctrica.



[Netalloy \(CC0\)](#)

En 2050 el objetivo es alcanzar la neutralidad climática con la reducción de al menos un 90% de nuestras emisiones brutas totales de gases de efecto invernadero (GEI), en total coherencia con los objetivos de Unión Europea. Además, alcanzar un sistema eléctrico 100% renovable en 2050.

El plan de energía y clima (PNIEC) establece las políticas y **medidas** en materia de energía y clima relativas a cinco dimensiones:

- Descarbonización de la economía y avance en las renovables
- Eficiencia energética
- Seguridad Energética
- Mercado interior de la energía: interconectividad, infraestructuras y mercado
- Investigación, innovación y competitividad

Autoevaluación

¿Se elabora un plan nacional para establecer unos resultados que se pretende alcanzar?

- Verdadero.
- Falso.

Perfecto. Te ha quedado claro que son los planes.

Debes centrar tu atención. Repasa de nuevo el apartado.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

2.- Campañas de comunicación.

Caso práctico

Estrella, después de la llamada telefónica de **Carlos**, anduvo buscando la documentación que le entregaron en unas jornadas a las que asistió el pasado mes de marzo, celebradas en Madrid.

Recordó donde las había colocado. ¡Estaba entusiasmada, era un material que no tenía desperdicio!

A la mañana siguiente cuando los dos compañeros se reunieron estaban deseosos de mostrar el material que cada uno de ellos había conseguido.

Carlos le comenta a **Estrella**:

-¡Esto es fantástico, con estas jornadas podremos incrementar nuestra formación!

A lo que **Estrella** le dice:

-¿Tú crees que los dueños de la empresa, esperan que contemos con este tipo de documentación?

Carlos está sorprendido con la información que tiene su compañera y está deseoso de echarle un vistazo, ya que de campañas de concienciación dispone de poca información.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)



YEE Office (Dominio público)

En marketing, una campaña publicitaria o campaña de comunicación es un conjunto de estrategias comerciales ideadas para difundir y anunciar un producto o servicio. Sin embargo, desde el punto de vista divulgativo, en los sectores de la energía y el agua, debes conocer la importancia de las campañas de comunicación en el sector público. Éstas están muy relacionadas con la educación, información y sensibilización del público

En el siguiente enlace puedes revisar la [Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático](#). Lee el artículo 6, que trata de la educación, información y sensibilización del público.

En nuestro país, la **Oficina Española de Cambio Climático (OECC)** trabaja para facilitar, intercambiar y difundir información que contribuya a la sensibilización de los ciudadanos en este tema y desarrolla las actividades de información, formación y sensibilización en colaboración con el **Centro Nacional de Educación Ambiental (CENEAM)**.

Ésto es algo que se trabaja en muchas administraciones públicas como por ejemplo en los Ayuntamientos adheridos a la **Agenda 21**.

Muchas asociaciones llevan a cabo campañas divulgativas que tratan de sensibilizar a las autoridades, empresas y consumidor sobre el uso eficiente de la energía y el agua tratando de concienciar a la sociedad de los beneficios no solo económicos sino también medioambientales. Buscan promocionar las ventajas del uso de las energías renovables y los benéficos de la puesta en marcha de políticas y actuaciones sobre planes de ahorro en el uso de las energías, racionalizando la utilización de las mismas así como del consumo del agua. Es de destacar la labor que hacen las **asociaciones de empresas y las cooperativas de generación y consumo de energía renovable**.

Mencionadas campañas forman parte de las distintas actividades que conforman una acción divulgativa en el amplio sentido de la palabra y que es objeto de estudio a lo largo de toda la unidad.

Para saber más

Si pinchas en el siguiente enlace encontrarás la pagina de wikipedia de La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático:

[CMNUCC](#)

En ella te podrás informar sobre sus objetivos, los países adheridos al Protocolo de Kioto o sobre las ciudades donde se han celebrado las cumbres de cambio climático.

Autoevaluación

La Oficina Española de Cambio Climático (OECC) trabaja para facilitar, intercambiar y difundir información que contribuya a la sensibilización de los ciudadanos.

- Verdadero.
- Falso.

Ésta era sencilla, ¿verdad?...

Creo que te falta poner más atención.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

3.- Tipología de destinatarios.

Caso práctico

Es el momento de informar a **Carlos** y **Estrella** sobre la nueva función que van a desempeñar a lo largo de las próximas semanas.

Lorenzo les informa:

-**Carlos**, ya que veo te has informado sobre los Planes relacionados con la eficiencia energética, tú te encargarás de realizar un estudio sobre a qué destinatarios debemos dirigir nuestras acciones divulgativas.

-**Estrella**, tú te centrarás en el consumidor final y en las campañas de concienciación dirigidas a éste.

Ambos están satisfechos con el trabajo encomendado por **Lorenzo**.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Ante cualquier campaña de concienciación en el uso de la energía y del agua debes tener presente a quien va dirigido. El destinatario es el objetivo prioritario, por ello debes conocer sus necesidades, deseos, preferencias y forma de vida. Lo cual se traduce en el conocimiento de las diferentes necesidades del destinatario en función del perfil concreto de cada uno de ellos.



Government Brazilians (Dominio público)

Podemos destacar tres tipos de destinatarios:

1. Consumidores o usuarios
2. Gestores u operarios del mantenimiento de instalaciones de energía o de agua
3. Alumnado de centros educativos

Dentro de los primeros, los **Consumidores o usuarios**, podemos diferenciar:

- El prescriptor. Cuya opinión es muy valorada por el consumidor
- El comprador. El que adquiere el servicio del estudio y desarrollo de proyectos para la mejora de aprovechamiento del agua y la energía, así como aquellos suministros para consumo propio o bien para su posterior comercialización. Es por lo que podemos estar ante un minorista o mayorista que formará parte de la red de distribución del producto, el cual ofertará sus productos y servicios al consumidor final.
- El consumidor, propiamente dicho. Es el que ve satisfechas sus necesidades al adquirir el servicio o bien ofrecidos por las empresas destinadas a poner al alcance de sus clientes unos productos fiables, rentables, con beneficios medioambientales. Se pueden tratar de personas físicas o jurídicas. Podemos diferenciar:
 - consumidor individual
 - asociaciones de consumidores
 - consumidor industrial
 - consumidor público

En cuanto a los segundos, los **Gestores u operarios del mantenimiento de instalaciones** de energía o de agua, has de saber que constituyen un destinatario importante de las acciones divulgativas ya que son los responsables de instalar, reparar o mantener las instalaciones. A la hora de planificar las acciones divulgativas se debe tener en cuenta sus conocimientos técnicos y su concienciación medioambiental. El operario se relaciona con el usuario y es importante que progresivamente se responsabilice de la concienciación de éste.

En cuanto al último tipo de destinatarios y no por ello menos importante, el **Alumnado de centros educativos**, los jóvenes son personas generalmente concienciadas con los problemas de la contaminación y del calentamiento global y los centros educativos son lugares donde se demanda este tipo de acciones divulgativas.

Podemos diferenciarlos por etapas educativas:

- Educación infantil y primaria
- ESO y bachillerato
- Formación Profesional
- Universidad

También podemos diferenciar al alumnado por edad:

- Hasta 6 años
- De 6 a 12 años

- De 12 a 16 años
- Más de 16 años

Autoevaluación

Los operarios del mantenimiento de instalaciones energéticas o de agua es un tipo de destinatario de acciones divulgativas

- Verdadero.
- Falso.

Existen varios destinatarios, es por ello que debes conocer el perfil de cada uno ya que puedes encontrarte con figuras distintas por lo que se han de aplicar técnicas distintas.

Te has despistado. Inténtalo de nuevo.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

4.- Ajuste entre necesidades manifestadas y necesidades reales.

Caso práctico

Marisol habla con los alumnos y les da el siguiente consejo:

-Debéis de saber cuáles son las verdaderas necesidades de los destinatarios y no confundirlas con las que se manifiestan en algunas ocasiones. Por ello es responsabilidad moral y ética de nuestra empresa mostrarles sus necesidades reales.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Antes de introducirnos en este apartado sería conveniente que conocieses el concepto de necesidad, considerado como la sensación de carencia unido al deseo de ser satisfecha.

El cliente siente una serie de necesidades que pueden o no coincidir con las que realmente ha de satisfacer en lo referido al uso eficiente de la energía y el agua.

Es por esto que hay veces en las que no coincide la necesidad manifestada con la real, ello puede ser debido a una falta de formación y documentación de los servicios energéticos y del agua.

Las empresas de eficiencia energética y uso del agua, realizan, diseñan y desarrollan estudios dirigidos a la elaboración de proyectos, mostrando las necesidades reales a los consumidores, todo ello con una triple concepción: económica, técnica y medioambiental.

De este modo ofrecen a sus consumidores la posibilidad de que, partiendo de unas necesidades manifestadas, éstos puedan ver satisfechas sus necesidades reales gracias a los servicios ofrecidos por este sector del mercado. Puede ser el caso de una empresa que debe sustituir su caldera por avería, la necesidad manifestada sería la caldera, pero la necesidad real es que necesita calefacción y agua caliente sanitaria. Para satisfacer la necesidad real, la empresa debería conocer las distintas opciones que tiene, como podrían ser las calderas más eficientes, la biomasa, los sistemas de aprovechamiento de energía solar o la aerotermia.



Acadocom (CC BY-SA)

Citas para pensar

“ *La necesidad, según se dice, es maestra en utilizar el ingenio*

Miguel de Cervantes

Autoevaluación

¿Qué entiendes por Necesidad?

- La necesidad de carencia unida al deseo de satisfacerla.

- Conjunto de necesidades que no siempre son satisfechas.
- La necesidad que siente una persona.
- El deseo de satisfacer una necesidad que no se tiene.

Muy bien, lo has entendido.

Creo que te falta poner más atención.

Deberías volver a leerlo.

No lo has entendido correctamente.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto
3. Incorrecto
4. Incorrecto

5.- Objetivos y recomendaciones.

Caso práctico



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Carlos y Estrella han quedado para hablar sobre la nueva función que les han encomendado en la empresa.

-En mi opinión deberíamos fijar unos objetivos concretos y claros sobre el tema que han de tratar. Dice **Carlos**.

-Deberíamos para ello elaborar un plan de acción donde fijar de algún modo la secuenciación de los objetivos a corto plazo y de este modo alcanzar los objetivos a largo plazo. Le responde **Estrella**.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Antes de que conozcas de modo más exhaustivo los objetivos y recomendaciones del uso eficiente de la energía y el agua, debes saber que en el ámbito económico-social-empresarial, se puede decir que alcanzar unos objetivos no es otra cosa más que llegar a un equilibrio entre los agentes interesados (clientes, empresario, proveedores, entre otros).

A la hora de planificar los objetivos se han de diferenciar:

- Los objetivos a medio/ largo, sobre los que se planifica.
- Los objetivos a corto plazo, sobre los que se actúa.

Una vez planificado los objetivos a medio/largo plazo y habiendo diseñado un plan de acción, teniendo presente un estudio previo para conocer las necesidades de los clientes, se procede a gestionar todos los elementos de los que se dispone (elemento humano, capital, organización y entorno). El paso siguiente sería organizar y coordinar estos elementos para el funcionamiento eficiente de todos ellos. Finalmente se ha de llevar un control para ver en qué medida se están cumpliendo los objetivos establecidos, corrigiendo las posibles desviaciones.

Dentro de los objetivos que se podrían fijar en el uso eficiente de la energía y el agua están:

- Elaborar:
 - Planes energéticos.
 - Programas de divulgación en el ahorro y uso eficiente de la energía y el agua, elaborando campañas de sensibilización.
 - Publicaciones del sector de eficiencia energética y el uso eficiente del agua.
- Promover la investigación y desarrollo en nuevas tecnologías en la eficiencia energética y uso del agua.
- Elaborar planes de formación en esta materia.
- Asesorar a las PYMES (pequeñas y medianas empresas) en el uso eficiente de la energía y el agua.
- Apoyar los planes de instituciones o compañías nacionales e internacionales, así como transferir experiencias con éstas, en materias relacionadas con la eficiencia energética y uso eficiente del agua.
- Todos ellos se podrían concretar en un único objetivo que no es otro que el de “construir una cultura social de la energía y el agua de modo inteligente”



NASA (Dominio público)

Citas para pensar

“ *La audacia en los negocios es lo primero, lo segundo y lo tercero*

Thomas Fuller

6.- La Motivación.

Caso práctico

Suena el teléfono de **Pablo**.

-¿Sí, quién es?

-Hola **Pablo** soy **Estrella**. Te llamo para ver si puedes asesorarme. ¿De qué modo podría enfocar una campaña divulgativa sobre el uso eficiente de la energía y el agua?

-Hola **Estrella**, ya veo que estáis trabajando mucho. ¡Cálmate! eso es muy simple. Debes mostrar al cliente razones de peso que le incentiven para obtener un beneficio del uso correcto de la energía y el agua.

-Gracias **Pablo**. Creo que ya entiendo como enfocarlo.

Pablo se despide de su alumna y le dice que cualquier duda que se le plantee puede llamarle sin problema.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)



Wilfredor (CC BY-SA)

Cuando se habla de motivación debes entender ésta como el empuje que necesita el receptor de la acción divulgativa, como por ejemplo un consumidor, para cubrir sus necesidades de modo eficiente.

Esta motivación en ocasiones necesita de incentivos que pueden ser clasificados en:

- Económicos: por la reducción de la factura en el uso eficiente de la energía y el agua, financiación de las instalaciones y equipos, mínimo coste o coste cero en las revisiones de los equipos,...
- Relacionado con expectativas futuras, al generar el uso eficiente de estos una mayor fiabilidad y rendimiento en sus instalaciones,
- Reconocimiento por la colaboración en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, mejor aprovechamiento del agua, utilización de combustibles menos contaminantes. en definitiva una mejor imagen del usuario.



MEFP (Elaboración propia)

Para concluir con este apartado decir que toda motivación requiere de una acción, de ahí la necesidad de llevar a cabo acciones divulgativas en el uso eficiente de la energía y el agua.

Autoevaluación

¿Al consumidor no le afectan los aspectos económicos a la hora de actuar de modo correcto en el uso de la energía y el agua?

- Verdadero.
- Falso.

Debes centrar tu atención. Repasa de nuevo el apartado.

Perfecto. Te ha quedado claro que existe incentivos de carácter económicos que motivan al consumidor al uso eficiente de la energía y el agua. Sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

7.- Acciones divulgativas.

Caso práctico

Lorenzo opina que deberían orientar a los alumnos para la ejecución de las distintas acciones divulgativas. Habla con **Marisol** y le comenta la opción de dar a elegir entre distintas actividades que pudieran desarrollar los alumnos, de este modo podrían centralizar su atención hacia un tema concreto.

Marisol le parece una idea fantástica y le dice:

-Creo que eso les tranquilizará un poquito, pues le servirá para orientar su trabajo hacia algo más concreto, los noto un tanto intranquilos últimamente.

Pablo dice:

-Se lo comunicaré por correo electrónico si te parece bien”

Ambos están satisfechos con la decisión que han tomado.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Antes de comenzar con este apartado debes ser consecuente con la necesidad de dar a conocer el uso eficiente de la energía y el agua, de este modo entenderás la importancia de realizar un análisis exhaustivo de las acciones divulgativas.

Para la ejecución de una acción divulgativa se han de establecer unas referencias en lo relacionado con el ahorro y eficiencia energética. Para ello se elaborará un plan de difusión, asesoramiento técnico, desarrollo y financiación de mencionadas acciones. Todo ello dirigido a una cultura social-responsable ante el uso eficiente de la energía y el agua. De este modo se sensibilizará al consumidor y se contribuirá a la consecución de un modelo energético que garantice la calidad, la competitividad y el suministro de la energía y el agua en generaciones futuras.

Estas acciones generan compromisos con entidades privadas y públicas, además de coordinar y gestionar planes de divulgación conjuntamente entre distintas Comunidades Autónomas e incluso Elaborar Programas dentro de un marco Europeo y cooperaciones con terceros países. Igualmente se podrían desarrollar actividades de carácter internacional.

Con todo ello se debería llegar a la siguiente igualdad.

NUEVO MODELO ENERGÉTICO = CULTURA SOCIAL RESPONSABLE = ECONOMÍA SOSTENIBLE



MEFP (Elaboración propia)

Autoevaluación

¿Qué entiendes por Nuevo Modelo Energético?

- Conjunto de actividades dirigidas a consolidar una forma de actuar ante el uso de la energía y el agua de modo eficiente.
- Conjunto de actividades dirigidas a informar a los consumidores.
- Una nueva cultura social relacionada con la economía en cualquier ámbito o sector económico.
- Un conjunto de acciones dirigidas por organismos exclusivamente autonómico.

Ésta era sencilla, ¿verdad?...

Un nuevo modelo energético no puede ser suficiente con el hecho de informar.

No, un nuevo modelo energético se ha de centrar en el sector de la energía y el agua.

No, ya que las acciones pueden venir vía entidades públicas o privadas de cualquier ámbito de aplicación.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto
3. Incorrecto
4. Incorrecto

8.- Organización de las acciones divulgativas.

Caso práctico

Reunidos en la sala de conferencia, **Lorenzo** marca los objetivos y asigna las tareas encomendadas a cada uno de los alumnos:

-**Carlos**, tú te encargarás de evaluar las distintas alternativas factibles dentro de las líneas de actuación que pueden ejecutarse para alcanzar los fines fijados en las acciones divulgativas.

-**Estrella**, te encargarás de los recursos necesarios para cada una de las alternativas.

-Cuando tengáis toda la información nos lo comunicáis y realizaremos una valoración conjunta de las diferentes alternativas que plantéis, comenta **Lorenzo** a ambos.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Para organizar una acción divulgativa has de definir las tareas a realizar. Para ello deberás:

- Asignar tareas a cada persona que forma parte del proyecto.
- Definir las responsabilidades designadas a cada persona.
- Ordenar los elementos necesarios para la elaboración y puesta en marcha de la acción divulgativa.

Las etapas que se podrían seguir en la función de organización son:

1. Establecer los distintos niveles de ejecución de la acción. Se debe diferenciar si la participación es colaborativa. Si está dentro del ámbito internacional, aclarar si está enmarcada a nivel europeo o con terceros países.
2. Establecer los objetivos, que han de ser claros y concretos. Debe estar definida la tipología del destinatario objeto de la acción.
3. Fijar los recursos necesarios para alcanzar los objetivos. Ha de concretarse los recursos humanos, tecnológicos y didácticos; la documentación necesaria y las salas de reuniones para la realización de las actividades necesarias que lleven a buen puerto la acción divulgativa.
4. Crear alternativas o distintas líneas de actuación.
5. Evaluar las alternativas. Analizando cada una de las distintas líneas de actuación y la viabilidad de cada una de ellas.
6. Fijar un método de control para la consecución de los objetivos establecidos. Evaluar las posibles desviaciones producidas en el proceso de desarrollo de la acción. Establecer propuestas de corrección, en caso de que se produzca la desviación.



Stockbyte (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

A la hora de organizar una acción divulgativa debes conocer los recursos de los que puedes disponer para la ejecución de determinadas actividades. Los podemos clasificar en:

- Recursos tecnológicos
- Recursos humanos
- Recursos didácticos
- Documentación
- Espacios para las reuniones

Autoevaluación

¿Qué etapas podrías seguir en la organización de una acción divulgativa?:

- Lo más importante es fijar objetivos claros y concretos.
- Deberá establecer niveles, fijar objetivos, seleccionar los recursos necesarios, crear alternativas posibles y seleccionarlas.
- Las fases necesarias serían: asignar tareas, definir responsabilidades y ordenar elementos necesarios.

- Se han de establecer los niveles de ejecución, fijar objetivos claros y concretos, seleccionar los recursos necesarios, crear alternativas, ver la viabilidad de las mismas y fijar un método de control para evaluar las posibles desviaciones y posteriores correcciones.

No es correcta, porque no ha tenido en cuenta el resto de las etapas que son necesarias para la elaboración y organización de una acción divulgativa.

Incorrecta, porque faltaría fijar métodos de control.

No es la respuesta correcta, porque estos serían los aspectos a tener presente en el momento de definir las tareas.

Efectivamente es correcto, es importante que se sigan unas pautas o etapas dentro de la organización de las acciones divulgativas.

Solución

1. Incorrecto
2. Incorrecto
3. Incorrecto
4. Opción correcta

8.1.- Recursos tecnológicos.

Caso práctico

Estrella, lo tiene todo pensado. Ha separado claramente todos los recursos necesarios según se lo enseñaron en clase, considera que es el modo más eficiente de seleccionar el material necesario para cada una de las distintas alternativas que su compañero **Carlos** ha presentado.

Carlos le hace un comentario a **Estrella**:

-**Estrella** no te olvides de contar con salas de reuniones dentro de los recursos necesarios, ya sabes que son vitales para la realización de muchas actividades de carácter divulgativo.

-Gracias **Carlos**, lo había contemplado dentro de los recursos didácticos pero creo que voy a darle un trato individualizado por la importancia del mismo.

-Me parece una gran idea **Estrella**, considero que **Lorenzo** y **Marisol** van a opinar lo mismo.

Estrella está entusiasmada con la responsabilidad asumida y agradece a su compañero la aportación que hace a su trabajo.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Los **recursos tecnológicos** te van a permitir mejorar la eficiencia de la organización de la acción divulgativa. Las innovaciones en la gestión de la información y del conocimiento permiten expandir y desarrollar grandes flujos de información con una gran rapidez. Con el crecimiento en la comunicación con el exterior, se abren más posibilidades a la hora de transmitir información. La interconexión amplía las relaciones con los clientes y con usuarios, intensificando la fluidez de la información.

Entre la gran diversidad de recursos tecnológicos que puedes encontrarte están:

- **Multimedia** y sus elementos: que son aplicaciones informáticas almacenadas en un disco duro, memoria USB, **CD**, **DVD** o en internet.
- **Elementos visuales**: como es la fotografía, dibujos, gráficos y otras imágenes que puedan ser manipuladas y presentadas. Estos pueden venir dados en mapas bit con formato **GIF** (Graphical Interchange Format), **TIFF** (Tagged Image File Format), **BMP** (Windows Bitmap)) y también pueden ser gráficos vectoriales que recrean imágenes originales. Al tratarse de archivos muy grandes estos pueden venir comprimidos, siendo alguno de los compresores más usules el **AVI** (Audio Video Interleave), **MPEG** o **MPEG2** (Motion Picture Experts Group).
- **Elementos de audio**: El sonido ha de ser grabado. Alguno de los archivos que almacenan el audio pueden ser **WAV**, **MP3** y **VQF**, estos almacenan el sonido como los CD de músicas o cintas de audio. También están los archivos **MIDI** que no almacenan sonido, recoge instrucciones que permiten a unos dispositivos llamados sintetizadores reproducir la música.

La globalización, los nuevos factores de la comunicación y del conocimiento, así como la expansión de las redes y avances informáticos, han influido en todo el mundo. Por ello el uso de las nuevas tecnologías, en cada una de las fases a desarrollar y enmarcada en las actividades divulgativas, te va a permitir una mejor comunicación, más ágil y eficiente, traduciéndose en un menor coste. De esta forma se gana una mayor integración entre los datos a transmitir y la voz transmisora, así como entre los agentes que intervienen en la acción.

Citas para pensar

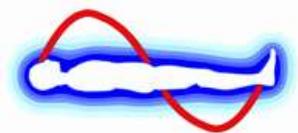
“ *¿Por qué esta magnífica tecnología científica, que ahorra trabajo y nos hace la vida más fácil, nos aporta tan poca felicidad? La repuesta es esta, simplemente: porque aún no hemos aprendido a usarla con tino.*

Albert Einstein

8.2.- Recursos humanos y didácticos.

Como habrás podido ver, los recursos tecnológicos son importantes en el momento de tener que organizar cualquier acción divulgativa. ¿Pero seguro que piensas que existen más recursos no menos importantes?

¡Efectivamente! No hemos de olvidarnos de los **Recursos Humanos y los Recursos Didácticos** los cuales serán desarrollados en este subapartado.



[Nevit Dilmen \(CC BY-SA\)](#)

Recursos humanos: Estos son el conjunto de personas físicas o jurídicas, con las que se ha de contar para desarrollar de modo eficiente la acción divulgativa, debiendo ser seleccionadas de modo que se adapten al perfil profesional necesario.

Para ello debes tener presente una serie de principios fundamentales como son:

- Objetivo de la acción divulgativa.
- Diseño de la acción divulgativa.
- Funciones a desarrollar.
- Responsabilidad que se ha de asumir. Debiendo existir un equilibrio entre la autoridad y la responsabilidad asumida.
- Motivación asociada a la responsabilidad asumida (dineraria, expectativas de futuro, reconocimiento en el trabajo...).

Estos principios fundamentales, que verás desarrollados en el apartado nueve (Plan de Acción Divulgativa) de esta unidad, debes tenerlos en cuenta para seleccionar al personal adecuado en el desarrollo y ejecución de las distintas fases y actividades que integran la acción divulgativa.

Recursos didácticos: Son aquellos materiales elaborados o diseñados, que te van a permitir la realización de las distintas actividades divulgativas. Son empleados en las distintas actividades, como soporte de transmisión de información, teniendo presente en la elección de los mismos la tipología del cliente al que va dirigido. Entre otros puedes contar con:

- Materiales de trabajo usual: Pizarras de tiza o digitales, video-proyectores, cuaderno, ordenadores personales, etc.
- Material informativo: Dípticos, libros, diccionarios, enciclopedias, Planes Nacionales, revistas especializadas, periódicos, etc.
- Material audiovisual: Posters, videos, etc.

La selección de cada material estará condicionada a las distintas actividades que englobe la acción divulgativa, el buen uso de estos materiales se traducirá en mejores resultados de la acción.



Stockbyte (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

8.3.- Documentación.

Ahora nos centraremos en La Documentación. ¿Podrías encuadrarla dentro de los recursos didácticos? Sería una opción, pero dada su importancia, el desarrollo de este recurso merece un sub-apartado. De este modo lo entenderás con mayor claridad y le darás la importancia que merece.

Documentación. Al hablar de documentación en la elaboración y desarrollo de la acción divulgativa tendrás que diferenciar entre documentos que ya están elaborados (de los cuales requerirás su información), y los específicos necesarios para la acción divulgativa:



Stockbyte (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

- **Documentos específicos de la acción divulgativa:**

- **Archivo de documentos.** En estos se almacenarán todos los documentos que se han de tener presente cualquier actividad divulgativa en el ejercicio de la acción, tratándose de un fondo documental, en el que se custodian todas las publicaciones que afecten a la acción, como pueden ser planes, proyectos, campañas, y demás manifestaciones publicadas y relacionadas directa o indirectamente con la acción divulgativa.
 - **Registro de destinatarios.** En mencionado registro aparecerán las personas objeto de la acción divulgativa, debiendo aparecer en este registro datos como son: tipología, datos personales (nombre y apellidos, teléfonos de contacto, identificación fiscal, dirección), caso que se requiera su asistencia (confirmación o pendiente de confirmación), grado de satisfacción.
 - **Plan de Acción.** Haciendo un breve recorrido de la actividad divulgativa que lo conforme, su secuenciación, relación, las unidades de mando y responsabilidades asumidas, objetivos de cada actividad, temporalizarían, así como los resultados previstos de cada actividad.
 - **Presupuesto maestro y presupuesto flexible.** Este punto se verá en el siguiente apartado.
 - **Control de la acción.** Que veremos junto con los presupuestos.
- **Documentos requeridos.** En el caso de una acción dirigida a clientes de una empresa, pueden ser los documentos de que dispone la empresa u organismo que ejecuta la acción (que han sido estudiados en la unidad uno), cuya información puede ser de utilidad para la planificación de la acción divulgativa:
 - **Argumentario.**
 - **Manual de venta.**
 - **Ficha de cliente y proveedores.**



MEFP (Elaboración propia)

8.4.- Sala de reuniones.

No, aún no se han concluido los recursos necesarios. Te preguntará ¿Qué puede faltar, si ya se han mencionados recursos materiales, inmateriales y humano? Existen algunos recursos que merecen una mención especial debido a la repercusión que tiene en el resultado final de la acción, por ello se concluye este apartado con un análisis más exhaustivo de las Salas de Reuniones.



[Vivian Hertz \(ManagEnergy\)](#) (CC BY-SA)

Sala de reuniones. La necesidad de este recurso va a estar en función del desarrollo de la propia acción divulgativa, ya que se trata del espacio necesario para la ejecución de aquellas actividades planificadas dentro de la propia acción divulgativa. Pudiendo tratarse de una actividad puramente teórica, práctica o teórica-práctica.

Elo supone que deberás seleccionar la sala de reuniones teniendo presente las necesidades requeridas y los equipos y demás elementos para dichas actividades, y sin olvidar el presupuesto con el que se cuenta para la ejecución de ésta. Ante la toma de decisión para la elección de la sala debes tener presente factores como pueden ser:

- Número de asistentes. El espacio es un factor muy importante a tener presente, ya que es el generador de ambiente, una gran reunión demanda espacios grandes, una reunión pequeña a la inversa. Desde el inicio de la reunión se debe captar el interés de los asistentes y procurar la intervención de todos.
- Los asientos han de ser confortables.
- Tipo de mesa: Existen una gran variedad de este tipo de mobiliario, todo ello pensado para generar un ambiente confortable, puedes encontrarte:
 - Mesas de U invertida (cuando existen tres tipologías de clientes claramente diferenciadas).
 - Mesas circulares (generando ambiente más cercano o cordial).
 - Mesas en forma de polígono (caso de una gran heterogeneidad en los asistentes).
 - Mesas rectangulares (pensadas para dos grupos claramente diferenciados).
 - Mesas individuales (cuando el número de asistentes es muy elevado).
- Elementos que no han de faltar: agua, folios, bolígrafos y caramelos. Si son reuniones de duración larga y en función del presupuesto se puede ofrecer otros elementos como por ejemplo un café con bollería en el descanso.
- Y otros mobiliarios y suministros necesarios para la ponencia y adecuados a la sala.



[Kaihsu Tai](#) (CC0)

También se han de tener presente factores como pueden ser: La luminosidad de la sala, teniendo presente las posibilidades que ofrece ante la opción de tener que realizar una proyección. La acústica del local. La mezcla de colores utilizados. Y para concluir, se ha de contar con todos aquellos elementos necesarios que generen confort durante la reunión.

Autoevaluación

Relaciona los recursos necesarios para el desarrollo y ejecución de una acción divulgativa; con la función que ejercen en dicha acción. Escribe en el hueco correspondiente, el número asociado a la función .

Ejercicio de relacionar

Recursos	Relación	Función
Tecnológico	<input type="checkbox"/>	1. Espacio necesario para la transmisión de información de determinadas acciones divulgativas.
Humano	<input type="checkbox"/>	2. Mayor eficiencia a menor coste.
Didáctico	<input type="checkbox"/>	3. Cercanía con el destinatario por contar con una mayor profesionalidad.
Documentación	<input type="checkbox"/>	4. Soporte de transmisión de la información.
Sala de Reunión	<input type="checkbox"/>	5. Información específica o requerida que aporta información a la actividad divulgativa.

Enviar

La selección de los recursos tecnológicos, humanos y didácticos, así como la documentación y salas de reuniones, es un factor importante para el buen funcionamiento de una acción divulgativa.

8.5.- Elaboración de presupuestos de las acciones divulgativas (I).

Caso práctico

- Es hora de hacer cuentas. Dice **Marisol** a los chicos.

-Yo confieso que a mí no me van muchos los números. Le comenta **Carlos**.

-No debes preocuparte, es simple. En principio os plantearemos las distintas alternativas de valoración de lo que cuesta realizar una acción divulgativa, pero posteriormente lo aplicaremos a un caso práctico y no tendréis problema alguno.

- Eso me tranquiliza. Responde nuevamente **Carlos** a **Marisol**.

Estrella, simplemente escucha. Para ella no es novedoso el hecho de elaborar presupuestos. En las jornadas que asistió en Madrid le enseñaron varios métodos y no le parecieron complejos.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

¿Sabías que un presupuesto es un concepto bastante amplio? no solo en tiempo sino en forma. Al elaborar un presupuesto lo que debes entender es que te estás anticipando a los costes que se van a generar a lo largo de un periodo determinado o generado por una actividad concreta y de qué modo van a ser financiados estos costes.

La elaboración de un presupuesto te va a ser muy útil. Gracias a éste podrás establecer las funciones que han de ejecutarse en un plan de acción divulgativa dentro de unos límites fijados. Es un mecanismo de control muy eficiente en el cumplimiento de la secuenciación de las distintas actividades que engloban un plan de acción, cuantificando las necesidades financieras. Con el presupuesto se tiene una visión más globalizada de las necesidades que surgen en la ejecución del plan de acción, evaluando las distintas alternativas en el desarrollo del mismo.

Por todo ello podemos decir que el presupuesto es un documento que recoge el conjunto de costes en los que se incurre, por ello deberás conocer conceptos básicos como son:

- Costes fijos: son los que se generan con independencia a la actividad a desarrollar.
- Costes variables: aquellos que fluctúan según las actividades que engloban las acciones que se va a ejecutar.
- Costes directos: los que tienen una relación directa a la actividad.
- Costes indirectos: no cabe una asignación directa a las actividades necesarias en la realización de las acciones divulgativas.

Antes de la elaboración del presupuesto se debe decidir que método aplicar en el cálculo de asignación de coste, contamos con varios métodos como son:

1. Método full-costing o costes totales. Cuya diferenciación de los costes totales en los que se incurre es separarlos entre costes directos y costes indirectos.
2. Método direct-costing o costes directos. Este método realiza una separación inicial entre los costes fijos y costes variables. Con posterioridad separa los costes variables con una segunda clasificación entre costes variables directos y costes variables indirectos, obteniendo los costes variables totales.
3. Método direct-costing-perfection o costes directos perfeccionados. Este método es una variante del anterior, diferenciándose únicamente en que la subclasificación de los costes fijos.
4. Método Activitybasedcosting (ABC) o coste basado en la actividad. Consiste en asignar los costes a las actividades, para ello parte de un análisis donde es necesaria una separación clara de los costes fijos y costes variables.



Trinitix (CC BY-SA)

Citas para pensar

“ *Saber y saberlo demostrar es valer dos veces*

Baltasar Gracián

8.5.1.- Elaboración de presupuestos de las acciones divulgativas (II).

¿Recuerdas que ya hemos hablado de método ABC? Sí, ese que consiste en asignar los costes en función de las actividades que han de realizarse para la ejecución y puesta en marcha de la acción divulgativa.

Pues bien, si te centras en el método ABC, deberás tener en cuenta las siguientes cuestiones:

- Definir actividades necesarias para la acción de divulgación.
- Elaborar un diagrama donde se reflejen las relaciones entre las distintas actividades y los beneficios que van a generar.
- Vincular cada una de estas actividades a los costes en los que incurre para la ejecución de esta.



Photodisc (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Una vez seleccionado el método se ha de elaborar el presupuesto. Existen distintos tipos de presupuesto, entre ellos tenemos:

- El presupuesto fijo o estático: el cual no admite cambios en la vigencia del mismo.
- El presupuesto flexible: por el contrario al anterior admite cambios que se den en el entorno.

Elaborar un presupuesto es complejo si no lo adaptamos a las necesidades que se requiere, por ello el método que más se ajusta al cálculo de coste y elaboración de presupuesto de Acciones Divulgativas es sin duda el Método ABC, y la elaboración de un Presupuesto Flexible.

Tras la confección de un Presupuesto Maestro, donde se realice una estimación de los costes necesarios en el desarrollo de la acción por actividades necesarias, este se irá ajustando a las necesidades reales, elaborando de este modo el Presupuesto Flexible.

Finalmente este Presupuesto Maestro se podrá contrastar con el Presupuesto Flexible y con los Costes Reales para, de este modo corregir las distintas desviaciones que se generen a lo largo de la Acción Divulgativa.

Dentro de la fase de control podrás diferenciar claramente tres tipos de desviaciones:

1. Desviaciones en mano de obra.
2. Desviaciones en gastos generales.
3. Desviación en actividad.

En cada una de estas desviaciones separaremos:

- Desviación Técnica(en unidades físicas): cuando el número deunidades de obra estimadas no coincide con la utilizada.
- Desviación Económica (en unidad monetaria): cuando el precio estimado por unidad de obra es distinto al que realmente se ha pagado.
- Desviación global: que es el resultado de contrastar lo estimado con lo real, tomando como referencia la totalidad.

Para concluir, se deberían analizar los resultados y evaluar todo el proceso. De este modo ver si se han cumplido los objetivos presupuestados y en qué medida pudieran ser mejorados. Todo ello será analizado en la unidad cuatro, de modo exhaustivo.

Autoevaluación

Elaborar un presupuesto de una acción divulgativa por el modelo ABC, es muy útil para saber la viabilidad de cada una de las actividades que la integran.

- Verdadero.
- Falso.

Ésta era sencilla, ¿verdad?...

Me parece que andas un poquito despistado, lee nuevamente con atención.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

9.- Plan de Acción Divulgativa.

Caso práctico



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Lorenzo y Marisol consideran que sus alumnos están preparados para poner en marcha un Plan de Acción Divulgativa.

-Creo **Lorenzo**, que ambos deberían de ver el plan desde una perspectiva general antes de actuar o tomar una decisión sobre las actividades que seleccionen.

-Estoy de acuerdo contigo **Marisol**, deberíamos charlas con ellos y mostrarles las fases que han de seguir para de este modo, al margen de que cada uno sea responsable de funciones distintas dentro del plan, tenga una perspectiva global del plan.

-¿Qué te parece elaboramos una planilla donde aparezcan las fases de un Plan?, e incluso los podemos convocar mañana y hacerles entrega de ésta, mostrándoles las ventajas de seguir esta planilla.

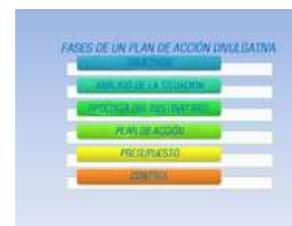
-Me parece una idea fantástica, ya los llamo yo, y les convoco para mañana a la tarde, ¿Te parece bien?- Comenta **Lorenzo**.

-Perfecto.

Ambos se despiden satisfechos de la decisión que han tomado, pues son consciente de que es lo mejor para la formación de los alumnos.

El mejor modo para que entiendas un Plan de Acción Divulgativa sería si partieses de una idea que tu quisieras divulgar y transmitir, veamos cómo hacerlo.

Como puedes apreciar en la imagen, aparecen unas fases a seguir dentro de un Plan de Acción Divulgativa. En ellas se fijarían **objetivos**, seguido de una **análisis de la situación**, se estudiarían los **destinatarios** a los que va dirigido, una vez claros los aspectos anteriores se elabora el **plan de acción**. Se procedería a la elaboración del **presupuesto** para ver la viabilidad de las actividades y finalmente se sometería todo el proceso a un **control** del Plan.



MEFP (Elaboración propia)

9.1.- Objetivos.

A lo largo de este apartado vas a ir aprendiendo como poner en pie un Plan de Acción, que podrás aplicar a cualquier plan, con independencia de las actividades que lo formen.

En este primer sub-apartado debes conocer la necesidad de fijar tu atención en los objetivos que se pretenden alcanzar.

Objetivos.

Deberás tener claros cuáles son tus objetivos a perseguir, para ello debes separar:

- **Objetivos a largo plazo:** como por ejemplo, conseguir una reducción en el consumo de energía por unidad familiar en un 35 % de su consumo habitual en un periodo de 5 años.
- **Objetivo intermedio:** siguiendo con el ejemplo, que la disminución se produzca a razón de un 7 % anual.
- **Objetivo a corto:** para concluir con el ejemplo que haya un uso más eficiente de la energía en las familias.

Estos objetivos han de ser claros y concretos, pero ante todo posibles. Nunca se han de fijar objetivos inalcanzables, ya que generan un coste irre recuperable. Sería el caso del que desea construir peldaño a peldaño una escalera para llegar a la luna, es obvio que es un objetivo inalcanzable.



[Rubshkyn \(CC BY-SA\)](#)

Reflexiona

¿Te planteaste alguna vez lo realmente importante que es marcarse objetivos en la vida? ¿Has valorado en algún momento que son tan importantes los objetivos marcados, como saber elegir los caminos para lograrlos?

9.2.- Tipología del destinatario.

¿Reflexionaste sobre los objetivos y los caminos a seguir? Ahora deberás saber seguir los pasos necesarios para tomar una elección acertada sobre las distintas alternativas que pueden formar una acción divulgativa determinada. Evaluando las distintas actividades que van a formar dicha acción.



A.J Ashton (CC0)

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.

Para ello deberás contar con toda la información necesaria sobre el uso eficiente de energía, todos los planes energéticos a nivel autonómico, estatal e internacional. Deberás conocer cualquier campaña sobre el uso de la energía, publicación relacionada con ésta y cualquier otra acción divulgativa elaborada por cualquier organismo o empresa hasta el momento. Esta información será almacenada en el archivo de documentos para de este modo disponer de ella cuando sea necesario.

TIPOLOGÍA DEL DESTINATARIO.

Deberás contar con los prescriptores, cuya valoración y contribución para alcanzar los objetivos previstos es importante al ser un instrumento intermedio de motivación e incentivo en el uso eficiente de la energía.

También deberás dirigir las acciones hacia las empresas suministradoras de energía, sabiendo que forman parte de la red de distribución y cuyos objetivos en cierto modo pueden ser contrapuestos a los tuyos.

Y finalmente, el punto de interés principal será el consumidor, que satisface sus necesidades con el consumo de la energía, objeto prioritario en el Plan de Acción Divulgativa.

Para ello deberás disponer de una información tabulada y de utilidad, como es un Registro de Destinatario.



MEFP (Elaboración propia)

Autoevaluación

Para organizar una acción divulgativa y una vez fijados los objetivos debes saber el ámbito al que te quieres dirigir (internacional, nacional, regional, provincial o local) y los destinatarios potenciales a los que debes dirigir tus acciones.

- Verdadero.
- Falso.

Muy bien, sigue así serás un magnífico profesional.

Me parece que debes de leer de nuevo este apartado.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto



9.3.- Plan de Acción.

Caso práctico



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Lorenzo y Marisol están encantados de como están captando la idea de acción divulgativa **Carlos y Estrella**.

-Creo **Lorenzo** que ambos deberían conocer las actividades necesarias para la elaboración de una acción divulgativa.

-Estoy de acuerdo contigo **Marisol**, deberíamos en un primer momento, hablarles de las actividades secundarias necesarias para cualquier acción divulgativa, como son: la Actividad de Coordinación y la Actividad de Inversión-Financiación.

-Pero **Lorenzo**, ¿También debemos decirles que ambas trabajan para las actividades principales?



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

-Claro **Marisol**, ellos han de entender que si no existiese las actividades divulgativa, no tienen sentido estas dos actividades.

-¡**Lorenzo**, no te olvides de contarles las distintas actividades principales que pueden llevar acabo! Deben tener claros que éstas son principales y que van asumir los costes de las actividades secundarias.

Ambos se despiden hasta la mañana siguiente, han quedado en plantearles las distintas alternativas de actividades principales para organizar una acción. Les mostrarán como pueden evaluar si una actividad es o no viable y dejarán para más tarde como han de llevar a cabo un Plan de Acción en toda regla, así como el Control del mismo.

Imagino que sigues las distintas Fases de un Plan de Acción Divulgativa. ¡Ya sabes! Primero fijas objetivos, segundo realizas el análisis de situación, tercero la tipología de los destinatarios. ¿Lo tienes claro hasta ahora? ¡Bien! Antes de avanzar debes diferenciar entre:

- Las **Actividades Principales** que forman la acción divulgativa. Para que puedas entender el concepto pondremos como ejemplos de éstas: la realización de campañas de concienciación vía publicidad en televisión, conferencias (dirigida a los prescriptores y compradores de nuestros productos), y elaboración de folletos y otros documentos (dirigidos a todos los consumidores principalmente).
- Las **Actividades Secundarias** que trabajan para las actividades principales. Ejemplo de éstas podrían ser: la actividad de coordinación de las distintas actividades, así como la actividad de inversión-financiación donde se va a evaluar la viabilidad de estas acciones.

ACTIVIDADES PRINCIPALES	ACTIVIDADES SECUNDARIAS
A1 ACTIVIDADES DE CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN	A4 ACTIVIDAD DE COORDINACIÓN
A2 ACTIVIDAD DE CONFERENCIAS	A5 ACTIVIDAD DE INVERSIÓN-FINANCIACIÓN
A3 ACTIVIDAD DE DOCUMENTACIÓN	

MEFP (Elaboración propia)

Debes tener presente que por lo general estas actividades secundarias invierten el mismo tiempo prácticamente en todas las actividades principales, lo cual implica que reparten sus costes proporcionalmente a las actividades principales.

PLAN DE ACCIÓN.

Ahora es el momento de elaborar un programa que contenga todas las actividades que engloben las acciones divulgativas sobre el uso eficiente de la energía. Cada una de las mencionadas actividades deberá estar dirigida a una tipología de destinatario.

La elaboración del Programa de acción divulgativa es objeto de estudio en la unidad tres, donde aprenderás de modo más exhaustivo el desarrollo de dichas actividades.

Citas para pensar

El empleo inteligente del tiempo es una de las conquistas más recientes de la civilización, y actualmente pocos han llegado a ocupar este nivel

Bertrand Russell

“

9.4.- Presupuesto.

Es importante que entiendas la necesidad de que existan Actividades Principales y Actividades Secundarias. Imaginemos que contamos con estas cinco actividades para realizar una Acción Divulgativa:

- **Actividad 1:** Campañas de Concienciación.
- **Actividad 2:** Conferencias sobre la Eficiencia Energética.
- **Actividad 3:** Elaboración de folletos, documentos técnicos y demás documentos anexos.
- **Actividad 4:** Coordinación de todas las actividades.
- **Actividad 5:** Inversión-Financiación.



MEFP (Elaboración propia)

¿Sabes que las actividades 1, 2 y 3 son principales? Perfecto, entonces entenderás que la actividad 4 y la 5 son actividades secundarias. Comprendido esto damos paso a la siguiente fase de un Plan de Acción Divulgativa.

PRESUPUESTO.

Elaborar un presupuesto es algo tan simple como estimar los costes en los que se van a incurrir por la realización de cada una de las actividades y los ingresos que va a generar la acción divulgativa.

Para que un Plan de Acción sea viable se ha de cumplir la siguiente ecuación.

$$\text{INGRESOS PRESUPUESTADOS} \geq \text{COSTES PRESUPUESTADOS}$$

En el momento del cálculo del presupuesto deberás separar los costes en:

- Costes Fijos
- Costes Variables

Y los costes variables se separarán en:

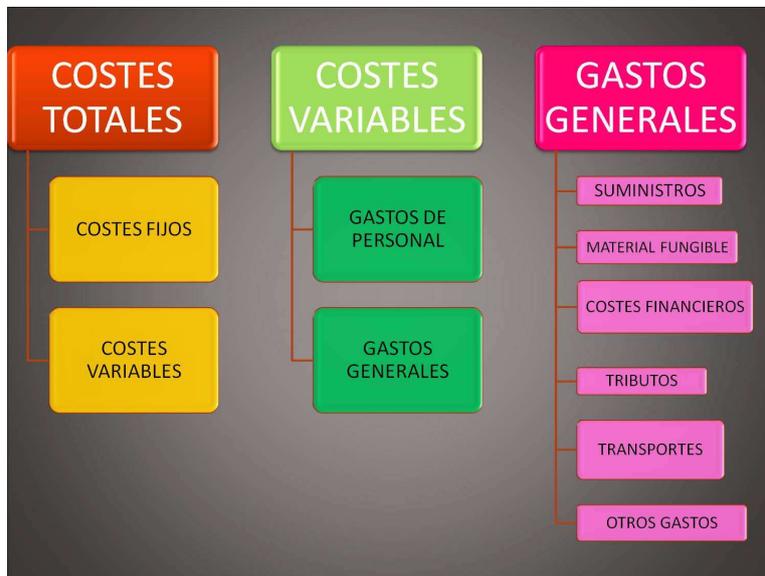
- Costes en mano de obra: que es el salario por el número de trabajadores que realizan esta actividad.
- Costes generales. Resto de los gastos generados por la realización de las actividades. Ejemplo de estos pueden ser: suministros (luz y agua), material fungible (materiales específicos para la realización de las actividades como pilas, combustibles..), servicios exteriores (prestación de servicios de profesionales), costes financieros (intereses de la financiación de la actividad), tributos (impuestos pagados por permisos necesarios para la ejecución de las actividades), transportes (pago a transportistas por servicios prestados)...

Una vez recopilada esta información sobre los posibles costes pasarías a confeccionar una tabla donde se imputarían los costes a cada una de las actividades. Pero esto lo desarrollaremos en el siguiente apartado de modo más exhaustivo.

CONTROL.

Una vez concluido el presupuesto, deberás realizar acciones de control sobre las actividades divulgativa, de este modo podrás evaluar si se han alcanzado los objetivos marcados en el Plan de Acción Divulgativa.

En la unidad 4, estudiaremos parámetros de evaluación de las distintas acciones y de qué modo podrán ser corregidas las posibles desviaciones, medidas correctoras que podrás aplicar y la elaboración de propuestas de mejoras.



[Resumen textual alternativo](#)

Autoevaluación

¿En las acciones divulgativas hay que saber que todas las actividades tienen la misma importancia?

- Verdadero.
- Falso.

Debes centrar tu atención. Repasa de nuevo el apartado.

Perfecto. Te ha quedado claro que existe actividades principales y secundaria. Sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

10.- Elaboración del presupuesto.

Caso práctico

Carlos llama a **Pablo**.

-¿**Pablo**? Soy **Carlos**, nos gustaría quedar en el Instituto para que nos explicases alguna cosa. ¿Es posible?

-¡Hola **Carlos**! Dalo por hecho, pero cuéntame que ocurre, te noto algo nervioso.

-Nada, **Pablo**. Simplemente que nos gustaría que nos recordases como se elabora un presupuesto. Estamos trabajando en ese tema con **Lorenzo** y **Marisol**. Bueno ya sabes que no era mi fuerte.

-¡Sin problema! Nos vemos mañana a las 08:30 horas en el centro.

-De acuerdo, **Pablo** y muchas gracias.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

A lo largo de todo el apartado aprenderás como se elabora un presupuesto, dando a cada centro de actividad los costes que les corresponden.

Vamos a comenzar por el reparto de los costes de la mano de obra. Lo primero que debes saber es cuántos trabajadores están encargados de esa actividad y cuánto cobran por la acción divulgativa.

Una vez asignados los costes de mano de obran, se imputaran el resto de los costes en los que incurre cada actividad.

Pero es mejor que tú mismo vayas comprobando que la elaboración de un presupuesto, si se realiza paso a paso, es muy sencilla.

10.1.- Reparto primario. Distribución gasto de personal.

Ha llegado el momento de aprender a elaborar una tabla, donde se reparten los costes. Es muy sencillo, solo necesitas centrar tu atención y si hay algo que no entiendas, trata de leerlo nuevamente, seguro que no tendrás problemas.

Vamos a comenzar por el reparto de los costes de la mano de obra. Lo primero que debes saber es cuántos trabajadores están encargados de esa actividad y cuánto cobran por la acción divulgativa.

Solo debes preguntar ¿Quién paga las nóminas? De este modo ¡asunto resuelto! Es decir, que tú simplemente debes recopilar la información porque seguro que hay quien dispone de ella, puede ser el administrativo o la asesoría que le lleve todo el tema administrativo a la empresa. Si eres el encargado de elaborar la Acción Divulgativa, también sabrás quienes van a trabajar en estas actividades, y no olvides que tú debes incluirte en los costes. ¡Bueno cuando digo tú, hablo de tu sueldo! Por cierto la cantidad que debes coger es el Importe Bruto no el Importe Neto. ¡No te olvides!

En la tabla puedes ver como quedaría. El importe por tanto de cada casilla, correspondiente a cada actividad, se calcularía sumando lo que cobran los trabajadores de una actividad concreta.

(A. significa en la tabla actividad)



[Welleman at nl.wikipedia \(CC BY-SA\)](#)

Reparto de cargas de personal.

CARGAS POR SU NATURALEZA.	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A. 1	A. 2	A. 3	A. 4	A. 5
Gasto de personal	Nº de trabajadores						

Autoevaluación

¿El gasto del personal es el coste de un trabajador de la empresa que desarrolla su puesto de trabajo en una actividad determinada, dentro de la Acción Divulgativa? Indica las respuestas correctas.

- Sí.
.....
- Es el importe de los costes del personal que se le asigna a cada Actividad en función del número de trabajadores y el importe bruto de sus nóminas.
.....
- Sí, pero con el matiz que se debe poner el Importe Bruto de un trabajador.
.....
- Es lo que resulta de la suma de los importes brutos de las nóminas de los trabajadores encargados de la Actividad Divulgativa.
.....

Mostrar retroalimentación

Solución

1. Incorrecto
2. Correcto

3. Incorrecto
4. Correcto

10.2.- Reparto primario. Distribución del resto de cargas.

¡Viste como es sencillo! Ya repartiste los gastos del personal. El resto es aún más fácil. Tú tan solo debes preocuparte de comunicar a los encargados de recibir todas las facturas, que te notifiquen el importe de cada una y el concepto.

Igual te preguntas: ¿pero quién tiene esa información? Pues la administración de la empresa, la asesoría o bien si quieres te vas al archivo de facturas recibidas y también tendrás toda la información. ¡No es tan complicado! Vamos que los datos no salen de la nada, solo hay que saber buscar donde corresponde.



[Shinealight](#) (Dominio público)

El concepto del coste es el que importa, lo que viene a decir que al pago de la factura de la luz, le puedes llamar luz o bien suministro. Lo verdaderamente importante, no es el nombre que le des, si no la clave de reparto que le asignes al mismo, que ha de tener su lógica. Lo vemos a continuación.

Para que lo entiendas, cuando prácticamente todas las actividades absorben el mismo coste entonces debes repartirlo proporcionalmente. Es decir lo mismo para todas las actividades.

Por el contrario si consideras que el gasto solo le corresponde a una actividad concreta, se lo asignas a esa actividad. Ejemplo de ello podría ser la factura de la imprenta para la elaboración de folletos. La totalidad del importe de la factura iría a la actividad de documentación, que en nuestro ejemplo sería la actividad número 3.



[Przykuta](#) (CC BY-SA)

La tabla quedaría del modo siguiente. ¡Pero recuerda! El nombre que le asignes al concepto es irrelevante, simplemente ha de tener concordancia con el origen del coste.

Reparto de costes generales.

CARGAS POR SU NATURALEZA	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A.1	A.2	A.3	A.4	A.5
Gastos financieros	A.2						
Tributos	A.2						
Servicios exteriores	Consumo por A.						
Transportes	Conductores						
Adquisición de material fungible	Por actividad						
Suministros	Proporcional						
Otros gastos de gestión	Consumo por A,						

Si sumamos los costes del personal y los costes generales, por actividades, obtendremos un primer resultado. A estos totales les llamamos Reparto Primario, por ser el primer total obtenido ¡Obvio!

Reparto Primario.

CARGAS POR SU NATURALEZA	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5
TOTAL REPARTO PRIMARIO			REPARTO PRIMARIO A1	REPARTO PRIMARIO A2	REPARTO PRIMARIO A3	REPARTO PRIMARIO A4	REPARTO PRIMARIO A5

Autoevaluación

¿El Reparto Primario, es la suma de todos los costes generales?

- Verdadero.
- Falso.

Refréscale la cara y repasa de nuevo el apartado.

Perfecto. Te ha quedado claro que el Reparto Primario es la suma de todos los costes generales más los costes del personal.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

10.3.- Elaboración del presupuesto. Reparto secundario.

Bueno, ¿cómo va todo? Ya tienes repartido los gastos. Si te fijas tienes un total de gastos por actividad. ¿Lo viste en el sub-apartado anterior? Es la suma por cada columna. En definitiva es la suma de todos los gastos por actividad. ¡Fantástico! Ya tenemos el reparto por cada una de las actividades.

Como se suele decir "Al César lo que es del César". Debes repartir los costes de las actividades 4 y 5 a las actividades principales 1, 2 y 3.

Recuerda que las actividades secundarias (Actividad de Coordinación y Actividad de Inversión-Financiación), trabajan para las actividades primarias (estas son las encargadas de las actividades divulgativas).

¿Cómo hacerlo? Muy fácil, divides el total del reparto primario de cada una de ellas entre el número de actividades principales (tres en nuestro ejemplo) y problema resuelto. Fíjate en la tabla verás que no tiene problema alguno.



[lumaxart \(CC BY-SA\)](#)

Reparto Secundario

CARGAS NATURALEZA	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A. 1	A. 2	A. 3	A. 4	A. 5
TOTAL REPARTO PRIMARIO			TOTAL REPARTO PRIMARIO	REPARTO PRIMARIO A2	REPARTO PRIMARIO A3	REPARTO PRIMARIO A4	REPARTO PRIMARIO A5
REPARTO DE LA ACTIVIDAD 4	Proporcional		(1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A4	1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A4	1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A4		
REPARTO DE LA ACTIVIDAD 5	Proporcional		1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A5	1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A5	1/3) DEL REPARTO PRIMARIO A5		
TOTAL REPARTO SECUNDARIO			TOTAL REPARTO SECUNDARIO A1	TOTAL REPARTO SECUNDARIO A2	TOTAL REPARTO SECUNDARIO A3		

Centra tu atención en el cuadro, ya solo quedan totales en las Actividades principales, en el ejemplo son las actividades 1, 2 y 3. A estos totales se les conoce con el nombre de Reparto Secundario.

Con esta información podrás llevar a cabo un análisis exhaustivo de rentabilidad de la acción, como podrás aprender en el siguiente sub-apartado.

De este modo podrás obtener un resultado más fiable y transparente, del cual se podrá obtener una mayor información y control.

Citas para pensar

“ *Invertir en conocimientos produce los mejores intereses*

Benjamín Franklin

10.4.- La Unidad de Obra en el Presupuesto.



[Bendukiwi](#)
at
[fr.wikipedia](#)
([CC BY-](#)
[SA](#))

Ya estás al final del presupuesto, realmente está terminado. Te preguntarás que es eso de la Unidad de Obra. Y la respuesta es muy simple, no es más que el criterio a seguir para medir las actividades divulgativas y con ello poder llevar un mayor control de cada una de ellas.

Si dividimos el total del reparto secundario entre el número total de unidad de obra, obtenemos el coste unitario por unidad de obra. Para que lo comprendas mejor, un ejemplo de ello, dentro de las actividades con las que venimos trabajando:

- En la Actividad 1(Campañas de concienciación): Podemos medirlas por la duración de las campañas. Se calcula del siguiente modo.

Número de unidades de obra = sumatorio de cada campaña por los meses que dura cada una de ellas.

Caso que se hiciesen dos campañas, una dura 6 meses y otra 9 meses, el total de las unidades de obra sería la suma de las dos, es decir 15 meses. Y para calcular el coste de cada una, simplemente hay que multiplicar el coste unitario por los meses que dura esa campaña. En la primera campaña por 6 meses y en la segunda por 9 meses.



[Joaquim Alves Gaspar](#) (CC BY-SA)

- En la Actividad 2 (Conferencias): Podemos medirlas por el número de conferencias que se realizan en el año. Que al dividir el total del reparto secundario de la actividad 2 por el número de conferencias, nos dará como resultado el coste por cada una de las conferencias. Partiendo que cada una de ella es homogénea en tiempo y forma.
- En la Actividad 3 (Elaboración de Folletos): Este puede ser más complejo en su medición, pero una forma de sería el total de folletos siempre que las características de los mismos sea homogénea, caso contrario se complicaría, ya que habría que hacer una media ponderada para el cálculo del coste por documentos.

La tabla quedaría del siguiente modo.

Costes por unidad de obra.

CARGAS POR SU NATURALEZA.	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2	ACTIVIDAD 3
TOTAL REPARTO SECUNDARIO	Total reparto secundario A1	Total reparto secundario A2	Total reparto secundario A3
UNIDAD DE OBRA	Duración total de las campañas	Número de conferencias	Número de documentos
Nº DE UNIDADES DE OBRA			
COSTE POR UNIDAD DE OBRA			

Una vez obtenidos los costes por actividad, se contrastaría con los ingresos estimados y/o financiación de las mismas y se valoraría la viabilidad de dichas actividades de modo individual y conjunto. De este modo podrás obtener un resultado más fiable y transparente, del cual se podrá obtener una mayor información y control.

Autoevaluación

Relaciona los conceptos de un Presupuesto con los componentes del mismo.

Ejercicio de relacionar

Concepto	Relación	Componentes

Reparto Primario	<input type="checkbox"/>	1. Reparto Secundario de la Actividad dividido entre el N° de Unidades de Obra de la actividad.
Reparto Secundario	<input type="checkbox"/>	2. Unidad de medida de las actividades.
Unidad de obra	<input type="checkbox"/>	3. Suma del Reparto Primero de la Actividad más lo que absorbe de las actividades secundarias.
Coste por Unidad de Obra	<input type="checkbox"/>	4. Suma por Actividad de los costes del personal y lo costes de gestión.

Enviar

Los conceptos que forman un presupuesto sirven para valorar la viabilidad de una Acción divulgativa.

11.- Valoración de un presupuesto (I).

Caso práctico



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

Lorenzo y Marisol saben que **Carlos y Estrella**, están preparados para elaborar un presupuesto de una Acción Divulgativa, pero creen conveniente que realicen una prueba antes de la realización de un presupuesto real.

-Creo **Lorenzo**, que si les facilitamos unos datos concretos sobre alguna Acción que tengamos realizada en el ejercicio pasado, les puede servir de referencia para que practique.

-Estoy de acuerdo contigo **Marisol**, me encargaré de buscar la información, la tengo localiza, recuerdo que se archivó no hace mucho tiempo.

-Genial **Lorenzo**, mañana hablo con los dos y les informo sobre los datos con los que deben trabajar.

-Perfecto **Marisol**, coméntales que han de buscar la información, ellos han de saber que soy yo el que se encarga de archiva las facturas y demás documentos. De este modo todo será más próximo a la realidad.

-Me parece muy bien **Lorenzo**, nos vemos mañana, ahora debo ir a buscar alguna información que creo les va a venir muy bien.

-Hasta mañana **Marisol**, que descanses.



Latinstock (Uso educativo para plataformas públicas de FpaD)

En este apartado vas a poder comprobar si realmente todo lo expuesto en los apartados anteriores te ha quedado claro, y podrás relacionar los resultados obtenidos en los distintos subapartados del apartado 10 sobre la elaboración de un presupuesto.

Los datos de los que vas a disponer, serán de un caso ficticio, pero te servirán como referente para elaborar cualquier presupuesto.

No debes olvidar que los gastos que se asignan están relacionados con la actividad que lo origina, y en el caso que sea compleja su distribución, deberás repartirlo para todas las actividades que lo han generado de modo proporcional.



Mizusumashi (CC BY-SA)

Mantendremos las mismas Actividades en la Acción divulgativa del caso práctico, seguro que te resulta más familiar ¿verdad?

- **Actividad 1:** Campañas de Concienciación. Se realizarán dos campañas. La primera con una duración de 6 meses y la segunda con una duración de 9 meses, ambas darán comienzo en febrero.
- **Actividad 2:** Conferencias sobre la Eficiencia Energética. El número de conferencias asciende a 5 durante la Acción divulgativa.
- **Actividad 3:** Elaboración de folletos, documentos técnicos y demás documentos anexos. El número total previsto para divulgar y repartir ascenderá a 5.000 folletos.
- **Actividad 4:** Coordinación de las actividades principales, trabajando por igual para las tres.
- **Actividad 5:** Inversión-Financiación. Trabaja por igual para las tres actividades principales.

El personal destinado a elaborar y ejecutar la Acción Divulgativa está formado por:

- **Actividad 1:** 3 trabadores con un sueldo de 2000 € brutos en la acción divulgativa.
- **Actividad 2:** 2 trabadores con un sueldo de 2500 € brutos en la acción divulgativa.
- **Actividad 3:** 3 trabadores con un sueldo de 1200 € brutos en la acción divulgativa y 1 trabajador más con un sueldo de 2000 € bruto en la acción divulgativa.
- **Actividad 4:** 1 trabadores con un sueldo de 2500 € brutos en la acción divulgativa.
- **Actividad 5:** 1 trabadores con un sueldo de 2500 € brutos en la acción divulgativa

Reparto de cargas de personal ejercicio práctico.

CARGAS POR SU NATURALEZA.	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A. 1	A. 2	A. 3	A. 4	A. 5
---------------------------	------------------	-------	------	------	------	------	------

Gasto de personal	Nº de trabajadores 11	21.600	$3 * 2.000$ $= 6.000$	$2 * 2.500$ $= 5.000$	$3 * 1.200 = 3.600 +$ $2.000 = 5.600$	$1 * 2.500$ $= 2.500$	$1 * 2.500$ $= 2.500$
--------------------------	-----------------------------	--------	--------------------------	--------------------------	--	--------------------------	--------------------------

11.1.- Valoración de un presupuesto (II).



Una vez que calculaste los gastos de personal por actividad, debes repartir los gastos generales que se estiman se van a producir a lo largo de la Acción Divulgativa.

- Los gastos financieros generado por la financiación de las actividades divulgativas ascienden a 400 € que se asignan a la Actividad 5.
- Los permisos necesarios ascienden a 1.200 € que también se le asignan a la Actividad 5.
- Servicios exteriores prestados por asesores especializados, ascienden a 2.000 € que se le asignan a la Actividad 4.
- Costes de transportistas de folletos asciende a 20 € que asume la Actividad 3.
- Adquisición de material fungible necesario para la ejecución de las tres actividades principales asciende a 300 € con reparto proporcional a cada una de ellas.
- Suministros: incluye luz, agua y telecomunicaciones ascienden a 150 € que asume la Actividad 4.
- El alquiler de locales para las conferencias a 1200 € que asume la Actividad 2.
- El dominio en la web, para lanzar las campañas de concienciación asciende a 3.000 €, que asume la Actividad 1.
- Otros gastos generados en la coordinación, ascienden a 1.200 € que asume la Actividad 4.

Procedemos al reparto de los costes generales.

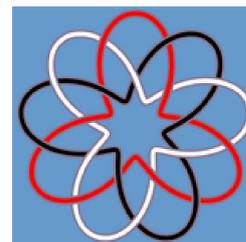
Reparto de costes generales de un caso práctico.

CARGAS POR SU NATURALEZA	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A. 1	A. 2	A. 3	A. 4	A. 5
Financieros	A. 5	400 €					400
Permisos	A. 5	1.200 €					1.200
Exteriores	A. 4	2.000 €				2.000	
Transporte	A. 3	20 €			20		
Fungible	A1, A.2, A.3	300 €	100	100	100		
Suministros	A. 4	150 €					150
Alquiler	A. 2	1.200 €		1.200			
Dominio red	A. 1	3.000 €	3.000				
Otros Gastos	A. 4	1.200 €				1.200	
Gastos Generales		9.470	3.100	1.300	120	3.200	1.750

Reflexiona

¿Confirmaste que todas las operaciones que se han realizado son correctas? ¿Comprobaste la adjudicación de cada coste a la actividad de divulgación, según los datos que se te han facilitado? Es importante que entiendas la asignación y compruebes que los resultados son correctos. De este modo podrás ir asimilando los componentes del presupuesto sin problema.

11.1.1.- Valoración de un presupuesto (III).



[AnonMoos](#) (Dominio público)

Ya se han asignado los gastos generales y los del personal, por tanto queda lo más sencillo que es calcular el total del Reparto Primario, que te recuerdo, es la suma de los gastos que les asignaste a cada actividad correspondiente a los del personal y generales (suma de las columnas).

También, recordarás que las Actividades 4 y 5, eran secundaria y que dividían sus costes primarios para las tres actividades principales (A1, A2 y A3).

¿Estás preparado para el Reparto Secundario?, presta mucha atención y asignemos a cada actividad principal lo que le corresponde.

Reparto Secundario de un caso práctico.

CARGAS POR SU NATURALEZA	CLAVE DE REPARTO	TOTAL	A1	A2	A3	A4	A5
TOTAL REPARTO PRIMARIO			9.100	6.300	5.720	5.700	4.250
REPARTO DE LA ACTIVIDAD 4	Proporcional (1/3) de 5.700		1.900	1.900	1.900	(-5.700)	
REPARTO DE LA ACTIVIDAD 5	Proporcional (1/3) de 4.250		1.416,7	1.416,7	1.416,7		(-4.250)
TOTAL REPARTO SECUNDARIO			12.416,7	9.616,7	9.036,7	0	0

Y ahora ya se puede proceder al reparto por unidad de obra. ¡Lo recuerdas! Lo viste en el sub-apartado 10.3.

Costes por unidad de obra del caso práctico.

CARGAS POR NATURALEZA	A1	A2	A3
REPARTO SECUNDARIO	12.416,7	9.616,7	9.036,7
UNIDAD DE OBRA (datos dados en el epígrafe 11)	Duración total de las campañas = 6 + 9	Nº de conferencias	Nº Folletos
Nº DE UNIDADES DE OBRA	15	5	5.000
COSTE POR UNIDAD DE OBRA (Total Reparto secundario dividido entre el nº unidades de obra)	$12.416,7 / 15 = 827,78€$ por mes que dura una campaña.	$9.616,7 / 5 = 1.923,34€$ por conferencia que se imparte.	$9.036,7 / 5.000 = 1,8€$ por folleto divulgativo.

Reflexiona

¿Te fijaste en el dato tan importante del que dispones? ¿Crees que todas las empresas elaboran sus Presupuestos?

En tu opinión.¿Puede una entidad, verificar de modo lógico, que la realización de determinadas Actividades Divulgativas son viables sin calcular el coste de cada Actividad Divulgativa? Espero que sepas valorar el saber calcular un presupuesto en muchas ocasiones es la clave del éxito ¡saber lo que te cuesta producir un bien o prestar un servicio!