

PLAN DE COMUNICACIÓN  
AGENDA URBANA 2030  
*Santomera*



Se ha redactado el **Plan de Comunicación para la Agenda Urbana de Santomera**, con el fin de dar la máxima visibilidad a los proyectos que vayan a desarrollarse.

El objetivo central ha sido establecer una estrategia global de comunicación, adecuada a los distintos destinatarios, utilizando las diferentes herramientas comunicativas a nuestra disposición.



# A

## DEFINICIÓN DEL ENFOQUE ESTRATÉGICO

## A. DEFINICIÓN DEL ENFOQUE ESTRATÉGICO

### Objetivos de comunicación

Los objetivos estratégicos concretos del Plan de Comunicación han sido establecidos en coordinación con el Departamento de Comunicación del Ayuntamiento de Santomera, planteándose los siguientes:

**OBJETIVO 1: INFORMAR.** Mantener a la ciudadanía informada de los trabajos que se han llevado a cabo durante la elaboración del Plan de Acción, en cumplimiento del principio de transparencia de la actuación de los poderes públicos

**OBJETIVO 2: PROMOVER LA PARTICIPACIÓN.** Asegurar la participación de la ciudadanía y de los diferentes agentes en el proceso de formulación y seguimiento de la Agenda Urbana de Santomera.

**OBJETIVO 3: SENSIBILIZAR.** Difundir los valores de Agenda Urbana Española y el modelo de ciudad que representa, asegurando la cooperación en las diferentes medidas.

**OBJETIVO 4: VISIBILIZAR.** Maximizar las posibilidades de captación de fondos / iniciativas de cooperación para la ejecución de las operaciones contempladas en la Agenda Urbana de Santomera.

### Principios de las actuaciones de comunicación

La comunicación que se ha desarrollado en relación con la Agenda Urbana de Santomera debe responder a los nuevos retos de la comunicación actual, con un enfoque que ha garantizado que la comunicación sea:

- ▶ **Pública:** basada en los principios democráticos, teniendo siempre presente el interés general, garantizando la libre competencia a la hora de asignar contratos, persiguiendo en todo momento la eficiencia en el gasto público y fomentando el respeto a los principios de igualdad de trato, no discriminación, transparencia, proporcionalidad e integridad.
- ▶ **Personal:** dirigida a las personas, teniendo en cuenta sus intereses, deseos y necesidades; estableciendo una comunicación directa y lo más personalizada posible con el destinatario.
- ▶ **Diversa y plural:** dirigida a todas las personas y grupos sociales que conforman la sociedad, fomentando la equidad entre hombres y mujeres, y el respeto a las diferencias de todo tipo, y asegurando el pluralismo informativo para que nadie, por ningún motivo, pueda sentirse excluido.

- ▶ **Inclusiva:** estableciendo condiciones particulares y actuaciones específicas para asegurar que el mensaje llega a los sectores más débiles y vulnerables.
- ▶ **Sencilla:** se han utilizado mensajes sencillos, directos y claros, con el fin de garantizar la comprensión e incrementar el impacto real de las acciones comunicativas.
- ▶ **Multimedia:** utilizando un enfoque mixto de medios y canales de información. Apoyándose en los nuevos medios de comunicación actuales y las redes sociales para responder al público más joven y tecnologizado, pero también en los medios convencionales que tienen todavía el máximo alcance y penetración, sobre todo entre algunos de los grupos sociales más vulnerables por razones culturales, socioeconómicas, de edad, etc.



# B

## DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

## B. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

A continuación, se identifican los potenciales destinatarios del Plan de Comunicación en relación con los objetivos expuestos con anterioridad.

### Ciudadanía de Santomera

Es el objetivo principal de las actuaciones de comunicación por varias razones:

- ▶ **Rendición de cuentas.** Como contribuyentes que financian la actividad del Ayuntamiento, son los más afectados por la actividad que se lleva a cabo con sus impuestos.
- ▶ **Afección directa.** Son ellos cuya opinión debe tenerse en cuenta en el diseño de la ciudad del futuro, y contribuir a diseñarla.

Se han realizado actuaciones de comunicación dirigidas a este grupo por los diversos objetivos estratégicos de comunicación que hemos planteado:

Objetivo 1: INFORMAR

Objetivo 2: PROMOVER LA PARTICIPACIÓN

Objetivo 3: SENSIBILIZAR

La ciudadanía es el público más diverso, es por ello necesario utilizar diversas herramientas para su acceso, siendo relevantes las siguientes consideraciones:

- ▶ Los medios de comunicación local (generalistas) son el cauce más efectivo para alcanzarlos.
- ▶ Estos medios pueden completarse con otros complementarios (RRSS/ Actuación directa en la calle)

La ciudadanía en general se puede dividir en los siguientes Grupos Objetivo:

- ▶ **Adultos (18-65 años).** Las actuaciones de comunicación dirigidas a este grupo objetivo tendrán un mensaje claro, sencillo e inclusivo y se utilizarán medios de comunicación tanto digitales como tradicionales.
- ▶ **Niños (3-10 años).** Las actuaciones de comunicación dirigidas a este grupo objetivo incluirán mayoritariamente infografías para que sean más visuales y, de esta forma facilitar su comprensión.
- ▶ **Adolescentes (11-18 años).** Se utilizarán medios digitales a través de las Redes Sociales del Ayuntamiento, ya que es el canal de comunicación más utilizado por este grupo objetivo.
- ▶ **Jubilados (a partir de 65 años).** Se emplearán canales de comunicación tradicionales como puede ser la prensa, para garantizar que los mensajes llegan a través de los ca-

nales de comunicación más utilizados por este grupo objetivo.

### Organismos públicos, asociaciones y tejido económico y social

Son los siguientes grupos de importancia en relación con las actuaciones de comunicación, y el objetivo de comunicación que en relación con ellos se persigue es: Objetivo 2: PROMOVER LA PARTICIPACIÓN.

Su **participación** tiene una incidencia directa en la calidad de los trabajos, y es por ello importante ser capaz de alcanzarlos.

Se trata de un colectivo reducido, y que se puede contactar de forma directa, mediante invitaciones personalizadas (por correo). Por ser colectivos interesados, es el público que mayor interés puede tener en las publicaciones que se realicen en la Página web.



# C

## DEFINICIÓN Y SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS, HERRAMIENTAS Y CANALES PARA LA COMUNICACIÓN, LA INFORMACIÓN Y LA DIVULGACIÓN

## C. DEFINICIÓN Y SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS, HERRAMIENTAS Y CANALES PARA LA COMUNICACIÓN, LA INFORMACIÓN Y LA DIVULGACIÓN

Los canales de comunicación que se han seleccionado son:

### CANAL DE COMUNICACIÓN 1: COMUNICACIÓN DIGITAL

En el marco del canal de la comunicación digital del Plan de Comunicación se han empleado las siguientes herramientas de comunicación:

- Publicaciones en el apartado de la Agenda Urbana en la Página Web de del Ayuntamiento de Santomera: En ella, se ha incluido información relativa a los proyectos a desarrollar. Se ha creado una sección donde se incluirán, entre otros, infografías para explicar conceptos clave, como los presupuestos participativos, actuaciones de renaturalización, la economía circular, la necesidad de reciclar los biorresiduos, custodia del territorio, importancia de la participación, etc. También se ha creado una sección dirigida a la publicación de entrevistas a agentes clave o actores implicados en el proceso de participación.
- Redes Sociales: el Ayuntamiento de Santomera cuenta con un perfil en Facebook e Instagram. Se han publicado posts mensuales, que cuentan con soportes gráficos, para dar a conocer la Agenda Urbana de Santo-

mera, así como fomentar la participación de los agentes implicados y de la ciudadanía en general.

### CANAL DE COMUNICACIÓN 2: MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES

Con el fin de llegar al conjunto de la ciudadanía, se han utilizado de herramientas de comunicación en el marco de los medios de comunicación tradicionales, que permiten hacer llegar a quienes no dispongan de internet u otros medios, toda la información relativa a la Agenda Urbana de Santomera. Las herramientas de comunicación son:

- Notas de prensa en medios de comunicación locales y regionales: coinciden temporalmente con el cambio de una fase a otra de la Agenda Urbana de Santomera. El mensaje se ha centrado, prioritariamente, en la situación actual de la ciudad, su “grado de cumplimiento” de los criterios, y la comparativa con otras ciudades de referencia y, en aquellas fases que proceda, en los proyectos y las opciones de financiación externa.

### CANAL DE COMUNICACIÓN 3: EVENTOS

El desarrollo de eventos permite obtener una mayor cercanía con la ciudadanía, quien puede obtener información de interés sobre la Agenda Urbana de Santomera de forma activa. Se incluyen en el Plan de Comunicación las siguientes herramientas de comunicación:

- Actos públicos y eventos: jornadas que giren en torno a la Agenda Urbana, concursos, etc.
- Material promocional: banner, dípticos o trípticos, etc.

**PUBLICO OBJETIVO DE ESTA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN:** NIÑOS (3-10 AÑOS), ADOLESCENTES (11-18 AÑOS), ADULTOS (18-65 AÑOS), JUBILADOS (A PARTIR DE 65 AÑOS) Y ORGANISMOS PÚBLICOS, ASOCIACIONES Y TEJIDO ECONÓMICO Y SOCIAL.

Todos los instrumentos anteriores son susceptibles de ser incluidos en el Plan de Comunicación.

**PUBLICO OBJETIVO DE ESTA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN:** NIÑOS (3-10 AÑOS), ADOLESCENTES (11-18 AÑOS), ADULTOS (18-65 AÑOS), JUBILADOS (A PARTIR DE 65 AÑOS) Y ORGANISMOS PÚBLICOS, ASOCIACIONES Y TEJIDO ECONÓMICO Y SOCIAL.



# D

## DEFINICIÓN DEL ALCANCE TERRITORIAL DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

## D. DEFINICIÓN DEL ALCANCE TERRITORIAL DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación para el municipio de Santomera, presenta, como mínimo, el siguiente alcance territorial:

- ▶ Municipio de Santomera.
- ▶ Resto de municipios de la Región de Murcia.
- ▶ Municipios de estructura similar a la de Santomera, los cuales podrán tomar a Santomera como referencia a la hora de desarrollar un modelo de ciudad sostenible e innovadora.

Este alcance se obtendrá a través de las herramientas propuestas en apartados anteriores (posts en redes sociales, anuncios en prensa, etc.) junto con todos aquellos canales que el Ayuntamiento estime oportunos.

De igual modo, en función de las prioridades establecidas de forma conjunta con el Ayuntamiento, se ha puesto especial énfasis en el desarrollo de actuaciones de comunicación dirigidas a un alcance territorial concreto.





# E

## REDACCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

## E. REDACCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Se ha empleado la metodología de Benchmarking, esto ha permitido analizar los Planes de Comunicación elaborados por municipios de características similares a Santomera, habiendo adoptando ejemplos de buenas prácticas y asimilando aquellas herramientas que puedan ser de aplicación. Para ello se llevarán a cabo los siguientes pasos:

- ▶ **Planificación:** el objetivo ha sido determinar el qué, quién y el cómo.
- ▶ **Análisis:** durante esta fase se ha realizado un análisis de los planes de comunicación de municipios similares.
- ▶ **Integración** de las conclusiones obtenidas a partir del proceso de Benchmarking, hemos incluido las propuestas que puedan ser adaptadas a la situación de Santomera.

### QUÉ

- Analizar los planes de comunicación elaborados en otros municipios con características similares

### QUIÉN

- Municipios con características similares.

### CÓMO

- Labor de investigación

La estructura propuesta para el Plan de Comunicación es:

### PLAN DE COMUNICACIÓN

#### A. Introducción.

#### B. Alcance del Plan de Comunicación:

1. Objetivos generales y específicos.
2. Público Objetivo.
3. Mensajes.
4. Herramientas de comunicación.

#### C. Acciones y medidas de comunicación.

#### D. Sistema de evaluación y seguimiento.

#### E. Presupuesto.

#### F. Cronograma.



# F

## DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

A continuación se proponen las siguientes actuaciones de comunicación:

### Actuaciones transversales a todo el proceso de elaboración de la Agenda Urbana de Santomera

Se proponen las siguientes actuaciones específicas de comunicación:

#### CAMPAÑA PROMOCIONAL CONSISTENTE EN UN CONCURSO FOTOGRÁFICO

##### 1. OBJETIVO:

► **Principal:** aumentar el conocimiento de la ciudadanía del proceso de planificación en curso mediante una actividad de tipo lúdico, con poco esfuerzo.

► **Secundario:** las fotografías obtenidas pueden utilizarse para ilustrar el documento definitivo.

► **Secundario:** la organización de la actividad puede atraer tráfico a la web del proyecto, importante para su posicionamiento.

2. DESTINATARIOS: población general.

3. PLANTEAMIENTO: captar mediante fotografías, potencialidades, cosas no descubier-

tas de la ciudad, y que pueden ser la base de un desarrollo sostenible.

4. ORGANIZACIÓN: fundamentalmente a través de redes sociales (trabajo con medios digitales) con posibilidad de organizar una exposición en caso se considerarse convenientes.

1. Elaboración de bases.
2. Difusión a través de medios adecuados.
3. Recepción de propuestas.
4. Selección por voto popular en la web del proyecto.

#### CAMPAÑA PROMOCIONAL CONSISTENTE EN LA PUBLICACIÓN DE INFOGRAFÍAS

Se han explicado los conceptos clave sobre la Agenda Urbana y su proceso de elaboración. Estas infografías serán publicadas, con una periodicidad al menos quincenal, en el apartado de la Agenda Urbana de la página web de Santomera y difundidas a través de los perfiles del Ayuntamiento en Facebook e Instagram.

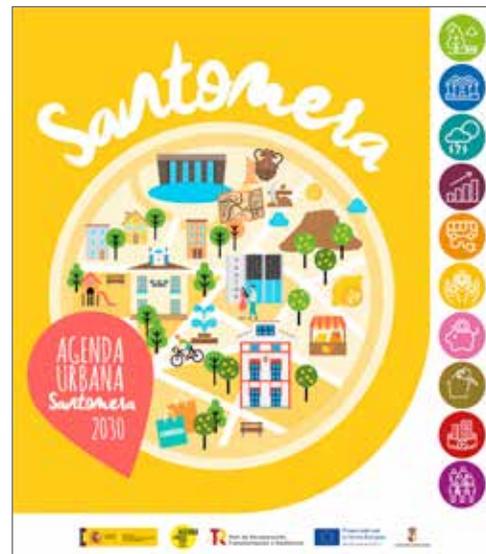
#### CAMPAÑA PROMOCIONAL CONSISTENTE EN LA REALIZACIÓN DE UNA ENTREVISTA

Se entrevistará a representantes asociaciones, vecinos, áreas municipales, etc. Las entrevistas serán publicadas a través de formato escrito en el apartado de la Agenda Urbana en la página web de Santomera y difundidas a través del perfil del Ayuntamiento en Facebook e Instagram. La metodología para la realización de las entrevistas será la siguiente:

1. Elaboración de un modelo de cuestionario que será adaptado en virtud del representante clave del que se trate.
2. Envío del modelo de cuestionario a la persona responsable para su análisis y validación e introducción de las modificaciones indicadas por la persona responsable, si procede.
3. Encuentro telemático (mediante videoconferencia a través de la aplicación Microsoft Teams u otra equivalente o bien mediante conversación telefónica).
4. Elaboración del contenido que será publicado en la página web de la Agenda Urbana de Santomera.

# F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

## CAMPAÑA PROMOCIONAL CONSISTENTE EN LA PUBLICACIÓN DE INFOGRAFÍAS



## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

3. Encuentro telemático (mediante videoconferencia a través de la aplicación Microsoft Teams u otra equivalente o bien mediante conversación telefónica).

4. Elaboración del contenido que será publicado en la página web de la Agenda Urbana de Santomera.

### Para la definición del Marco Estratégico

Para la definición del Marco Estratégico, se ha previsto 1 medida englobada en la Estrategia de Participación, que posee dimensión comunicativa:

### REALIZACIÓN DE UNA ENCUESTA SOBRE EL MARCO ESTRATÉGICO

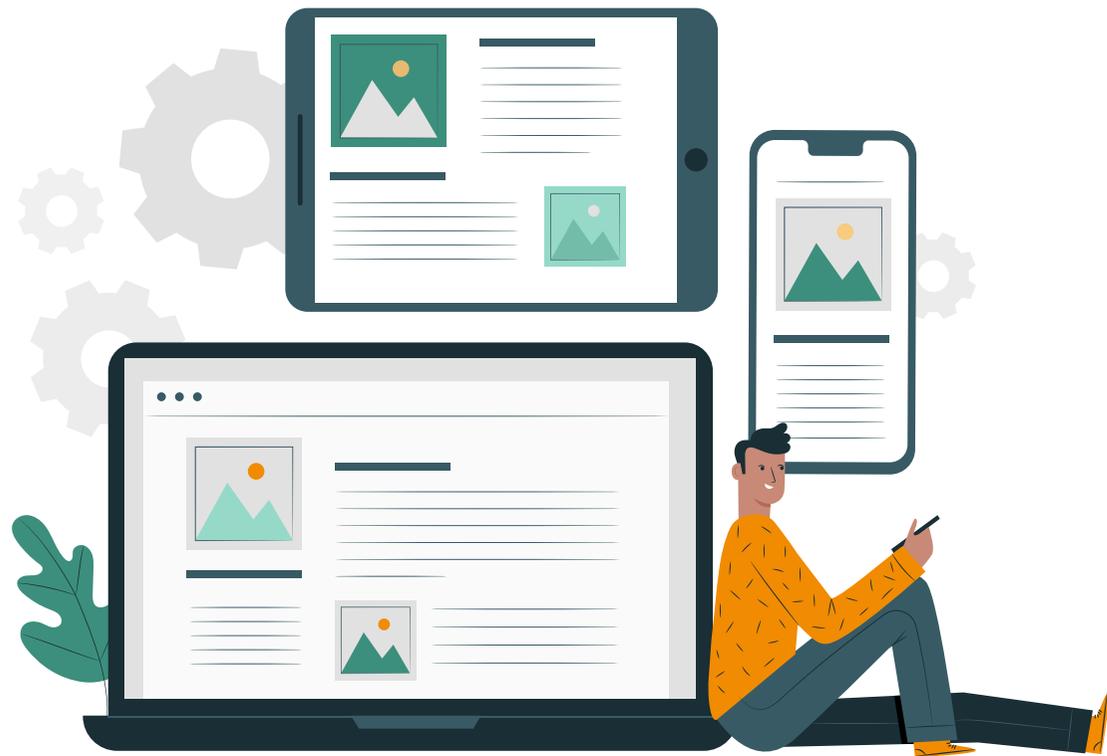
Se utilizará la herramienta de Google Forms e incluirá varias preguntas por cada una de las áreas temáticas identificadas en el prediagnóstico (Patrimonial, Ambiental, Socio-económico y Gobernanza). La encuesta se podrá realizar de forma presencial por los asistentes a la revisión participativa del Marco Estratégico y, además se publicará el enlace a la encuesta en el perfil de Facebook e Instagram y en la Página Web del Ayuntamiento con el fin de que esté disponible para el conjunto de la ciudadanía.

Se proponen adicionalmente la siguiente actuación de comunicación:

### CAMPAÑA PROMOCIONAL

Consistente en la redacción de posts para la Página web - con una periodicidad variable, al menos quincenal y una extensión de una A4, y soporte gráfico. Estos posts pueden ampliarse y tener el formato de Nota de

Prensa, en caso de considerarse de suficiente trascendencia. El enlace a dichos posts podrá ser difundido a través del perfil de Facebook e Instagram del Ayuntamiento de Santomera.



## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Para la definición del Plan de Acción

Para la definición del Plan de Acción, se ha previsto 1 medida englobada en la Estrategia de Participación, que posee dimensión comunicativa:

### ELABORACIÓN DE UNA PRESENTACIÓN PARA LA VALIDACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN POR PARTE DE LA CIUDADANÍA

En ella se han recogido las acciones y proyectos a desarrollar, organizados en torno a los objetivos estratégicos, objetivos específicos y líneas de actuación definidas en fases anteriores. A continuación, se expone un ejemplo de material gráfico que podrá ser empleado con el fin de dinamizar la validación del Plan de Acción:

**La Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible**

Periodo de elaboración de la Agenda, de noviembre 2021 a septiembre 2022.

Los ODS vinculan a todos los países con independencia de su nivel de desarrollo.

Los 17 ODS incluyen, desde la eliminación de la pobreza hasta el combate al cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades.

El **ODS 11** es específico para las Ciudades y busca lograr: "Ciudades y Comunidades seguras, inclusivas, sostenibles y resilientes".



**La Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible**

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

1 FIN DE LA POBREZA	2 HAMBRE CERO	3 SALUD Y BIENESTAR	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	10 REDUCCIÓN DE LAS DE IGUALDADES	11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	14 VIDA SUBMARINA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

Se proponen adicionalmente la siguiente actuación de comunicación:

### **CAMPAÑA PROMOCIONAL CONSISTENTE EN EL REPARTO DE CÓDIGOS QR**

Se repartirá entre los comercios locales de Santomera e instalaciones municipales. Una vez escaneados estos códigos con un dispositivo móvil, se podrá acceder al contenido relativo a la Agenda Urbana de Santomera. El contenido de estos versará sobre los retos identificados en el Prediagnóstico y objetivos, con el fin de que la ciudadanía cuente con un mayor conocimiento sobre la situación de la ciudad y el Plan de Acción de la Agenda Urbana de Santomera.

Para el diseño del sistema de seguimiento del Plan de Acción, se propone la siguiente actuación de comunicación:

### **CAMPAÑA PROMOCIONAL BASADA EN POSTS PARA LA PÁGINA WEB**

con una periodicidad variable, al menos quincenal y una extensión de una A4, y soporte gráfico. Estos posts pueden ampliarse y tener el formato de Nota de Prensa, en caso de considerarse de suficiente trascen-

dencia. El enlace a dichos posts podrá ser difundido a través del perfil de Facebook e Instagram del Ayuntamiento de Santomera.



# F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

## Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

### 1. DEFINICIÓN DE LA MARCA AGENDA URBANA SANTOMERA

MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Diseño imagen AU2030 Santomera	I.a)	Interno	Manual	<ol style="list-style-type: none"> <li>Manual de identidad Visual donde se establece: <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Logo, lema y su uso</li> <li>▶ Logo, referencia al fondo, lema de la UE y uso.</li> <li>▶ Tipografía y colores</li> <li>▶ Diseño folio.</li> <li>▶ Firma correo electrónico.</li> <li>▶ Diseño en Redes sociales.</li> <li>▶ Diseño cartel temporal de obra y placa.</li> <li>▶ Diseño cartel eventos y jornadas de capacitación.</li> <li>▶ Texto de publicaciones y difusión.</li> </ul> </li> </ol>
Uso de Redes sociales AU2030 Santomera	I.a) I.b) III.b)	Interno y externo	Redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>Uso de redes sociales para <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Facebook</li> <li>▶ Instagram</li> <li>▶ Youtube</li> </ul> </li> <li>Difusión en las redes del Ayuntamiento, web y mailing a público destinatario.</li> <li>Se harán publicaciones en facebook e instagram, mínimo, una vez a la semana: noticias, imágenes sobre desarrollo de la Agenda, videos, cuñas de radio, etc.</li> <li>En YouTube se publicarán todos los videos y recursos audiovisuales que se desarrollen.</li> </ol>
Ubicación de oficina técnica	I.a) I.b) II.d)	Interno y externo	Difusión en medios	<ol style="list-style-type: none"> <li>Redacción de noticias.</li> <li>Difusión en medios de comunicación locales.</li> </ol>

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

#### 2. COMUNICACIÓN INTERNA

MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Difusión sobre AUE y AU2030 Santomera	II.a) II.b)	Interno	Jornadas de capacitación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizarán jornadas periódicas, mínimo una al año, la AU2030 Santomera</li> <li>2. Se convocará a aquel personal implicado en la implementación de la AU2030 Santomera: Oficina Técnica.</li> <li>3. Se utilizarán las imágenes y usos establecidos en el Manual de Identidad Visual.</li> </ol>
Creación de equipo de trabajo y red interna	II.b)	Interno	Manuales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Designación del Equipo de Trabajo de la Oficina Técnica.</li> <li>2. Reunión del equipo de la Oficina Técnica con los responsables del Plan de Comunicación.</li> </ol>
Boletín sobre evolución de la AU2030 Santomera	II.b)	Interno	Boletines	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Envío por correo electrónico de forma trimestral al público destinatario.</li> </ol>
Obligaciones sobre comunicación	II.c)	Interno	Instrucciones Manuales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Envío de instrucciones sobre comunicación por correo electrónico al equipo de trabajo.</li> <li>2. Envío de Manual de Imagen Visual por correo electrónico al público destinatario y subida a la web.</li> </ol>
Tablón AU2030 Santomera	II.d)	Interno	Web AU2030 Santomera	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilización de la Web AU2030 Santomera como tablón informativo interno.</li> </ol>

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

3. COMUNICACIÓN GENÉRICA				
MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Eventos de presentación, desarrollo y cierre de la AU2030 Santomera	III.a)	Externo	Videos promocionales Eventos Roll up Material Promocional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se realizarán eventos en el inicio y el final de la AU2030 Santomera donde se presenten el Plan de Acción y se muestre los retos a conseguir o ya conseguidos, respectivamente.</li> <li>2. Se hará una jornada anual sobre el seguimiento de la AU2030 Santomera</li> <li>3. Se realizarán vídeos promocionales al inicio y al final de la AU2030 Santomera</li> <li>4. Se realizará una exposición itinerante en edificios municipales, centros educativos y otros centros de interés donde se muestren las líneas de actuación y sus resultados finales.</li> <li>5. Se realizará una campaña de publicidad (newsletter) para cada acción o medida en prensa escrita a nivel local y comunitario dirigida a entidades, redes, plataformas y prensa por medio de invitaciones, comunicados y notas de prensa.</li> <li>6. Se utilizarán las imágenes y usos establecidos en el Manual de Identidad Visual.</li> </ol>
Revista AU2030 Santomera	III.a) III.b)	Externo	Revista	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se publicará de forma semestralmente revista digital y en papel, sobre la evolución de la AU2030 Santomera. La primera y la última edición coincidirán con los eventos de presentación y cierre de la Agenda. Se incorporará información acerca de las novedades y actividades de la Agenda y algún artículo sobre la AUE, o sobre los ODS.</li> <li>2. Se colgará en la web y se difundirá por redes sociales.</li> </ol>

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

#### 3. COMUNICACIÓN GENÉRICA (continuación)

MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Espacio publicitario	III.a) III.b)	Externo	Valla/lona 8x3 m.	1. Exposición de información relevante en valla o lona con una ubicación visible durante el periodo de implementación. 2. Modificación de la información al menos una vez al año.
Micro-píldoras audiovisuales ODS	III.a)	Externo	Videos promocionales	1. Difusión de estas micro-píldoras desde el vídeo promocional de inicio sobre los diferente ODS y las líneas de actuación que engloban. 2. Difusión en redes sociales AU2030 Santomera.
Difusión en radio	III.a) III.b) III.c) III.d)	Externo	Radio local	1. Redacción de cuñas de radio genérica sobre los ODS, ejecución de proyectos, papel AUE, eventos, etc. 2. Emisión de una cuña de radio nueva cada dos meses.
Entrevistas a agentes de interés	III.a) III.b) III.e)	Externo	Radio TV Prensa	1. Realización de una entrevista cada dos meses en algún medio de comunicación.

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

#### 3. COMUNICACIÓN GENÉRICA (continuación)

MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Noticias AU2030 Santomera o AUE	III.a) III.b) III.e)	Externo	Radio Prensa Web AU2030 Santomera Redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redacción de al menos una noticia al mes sobre la evolución de la AU2030 Santomera AUE.</li> <li>2. Publicación en web y redes sociales AU2030 Santomera y se enlazarán en la web y redes sociales del Ayuntamiento.</li> <li>3. Emisión en las noticias en medios de comunicación cuando se considere oportuno o relevante.</li> <li>4. Las de mayor relevancia deberán ser publicadas en prensa provincial.</li> <li>5. Los anuncios de prensa, además de sus elementos habituales (título, imagen, cuerpo de texto, etc.) deberán incluir las señas del Manual de Identidad Visual.</li> </ol>
Celebración 25-S	III.d)	Externo	Material Promocional Eventos y/o jornadas promocionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Celebración de jornadas promocionales en enclaves relevantes el 25 de septiembre, Aniversario de la aprobación de la Agenda 2030 y de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).</li> <li>2. Se pueden realizar estas jornadas en colegios, asociaciones, personal del Ayuntamiento, ciudadanía en general, etc.</li> </ol>

## F. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LAS ACTUACIONES DE COMUNICACIÓN

### Desarrollo y ejecución de otras actuaciones de comunicación

#### 3. COMUNICACIÓN DE ACTUACIONES

MEDIDA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PÚBLICO DESTINATARIO	HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN	PROCEDIMIENTO
Información de actuación	III.b) III.d)	Externo	Cartel informativo Cartel de obra Placa	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Las actuaciones que conlleven obra deberán presentar un cartel temporal de obra según se establezca en el Manual de Imagen Visual de la AU2030 Santomera.</li><li>2. Tras concluir las obras de las actuaciones debe colocarse placa en lugar próximo o en el edificio donde se haya realizado la actuación.</li><li>3. Todas las actuaciones relacionadas con actuaciones sobre la AU2030 Santomera deben tener un cartel (de un tamaño mínimo A3), en un lugar bien visible para el público, por ejemplo, la entrada de la oficina técnica AU2030 Santomera.</li></ol>

# PLAN DE COMUNICACIÓN

AGENDA URBANA 2030

# Santomera

