

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN INTEGRADO

Dos Hermanas CONECTA

“Conectando barrios para conectar personas”

¿Cuál es el objetivo del Plan de Acción Integrado (PAI) Dos Hermanas CONECTA?

El objetivo de **Dos Hermanas CONECTA** es actuar sobre los barrios vulnerables mediante la intervención integrada en el municipio. En base a este criterio se ha optado por crear un eje de transformación y cohesión social que sirva como elemento de conexión mientras se actúa de forma directa en las zonas desfavorecidas, resultando la siguiente área de actuación:



Concretamente, se centra en promover el desarrollo urbano sostenible desde una triple perspectiva medioambiental, económica y social, y redunden en una mejor calidad de vida para todos los ciudadanos.

¿Qué operaciones están dentro de nuestro PAI?

El Ayuntamiento de Dos Hermanas trabaja activamente para convertirse en un consistorio social, resiliente y proactivo, llevando a cabo **actuaciones que logren un impacto real y positivo en la ciudad de Dos Hermanas**. Siendo clave en su estrategia futura de ciudad fortalecer la cultura, la salud y el deporte, el desarrollo económico, social y medioambiental, a través de la integración y la creación de comunidad.

Fruto de ello, se ha diseñado un proyecto innovador integrando el norte y sur de la Ciudad mediante un gran eje vertebrador que une la ciudad.

Los proyectos incluidos en **Dos Hermanas CONECTA** tienen su base en los objetivos identificados de Agenda Urbana y en la atenta escucha de las demandas y necesidades de los/as nazarenos/as, prestando especial atención a los retos dentro de los barrios vulnerables.

Es por esto que, Dos Hermanas Conecta se divide en tres proyectos que a su vez se subdividen en operaciones, estas son:

Proyecto Integrado 1: Mejora de equipamientos municipales para el impulso socioeconómico de barrios vulnerables, el cual cuenta con 3 actuaciones:

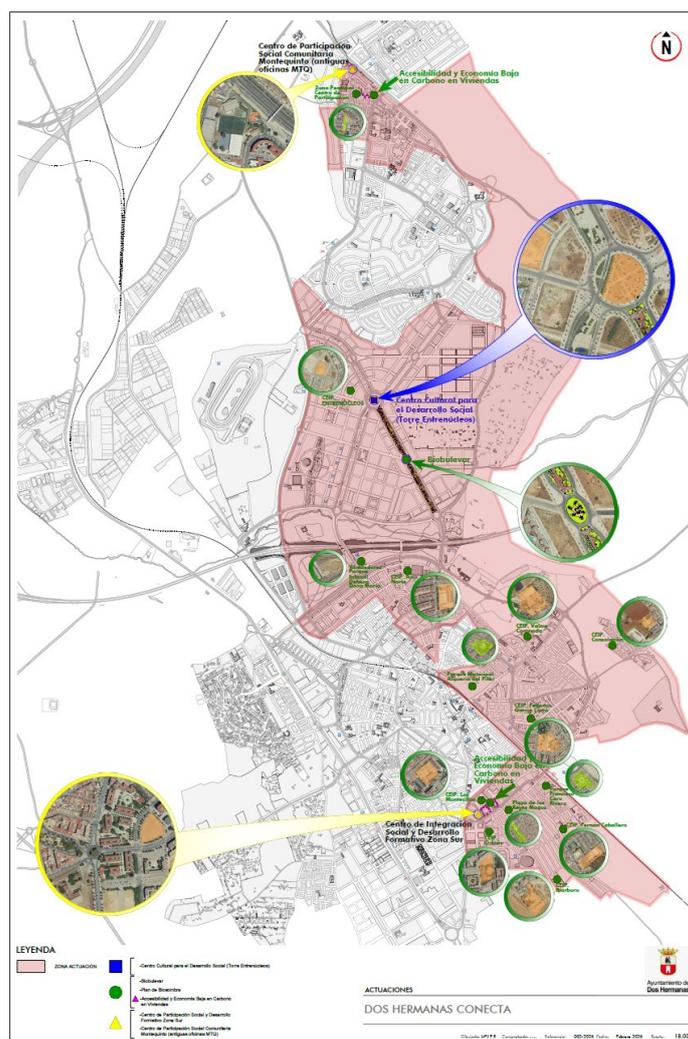
- 1.1. Centro de Integración Social y Desarrollo Formativo Zona Sur (CISDF Zona Sur).
- 1.2. Dinamización del tejido económico y social de Zona Sur.
- 1.3. Centro de Participación Social Comunitaria de Montequinto (CPSC Montequinto).

Proyecto Integrado 2: Eje vertebrador sostenible, con 3 actuaciones:

- 2.1. Bioboulevard.
- 2.2. Plan de Biosombra.
- 2.3. Accesibilidad e Inversiones en Economía Baja en Carbono en Viviendas públicas.

Proyecto Integrado 3: Centro Cultural, que incluye una única actuación:

- 3.1. Centro Cultural para el Desarrollo Social.





¿Cuál es la operación u operaciones destacadas del PAI?

Las operaciones destacadas por su impacto el territorio son:

1. Centro de Integración Social y Desarrollo Formativo Zona Sur (CISDF Zona Sur).
2. Centro Cultural para el Desarrollo Social.
3. Bioboulevard.

Estas operaciones destacadas tendrán una mayor atención comunicativa, pero no implica que las demás acciones no cuenten con un esfuerzo comunicativo.

¿Quién es la persona responsable de materia de comunicación del PAI?

La persona responsable en materia de comunicación del **Dos Hermanas CONECTA** está centralizada en quien ostenta la **Vicepresidencia de Integridad y Comunicación del Comité Técnico de Desarrollo Urbano Social e Integrado (CTDUSI)**, Verónica García, como responsable de comunicación de programas que se desarrollen en el marco del CTDUSI, con especial referencia a aquellos que reciban financiación europea.

Para un adecuado desarrollo de la comunicación, contará con la colaboración del Grupo de Trabajo de Comunicación, Ética, Integridad y Participación del CTDUSI (CEIP), siendo de vital importancia la colaboración y coordinación del resto de grupos del órgano en cuestión.

En todo caso, se garantizará la coordinación con el Organismo Intermedio.

Importe destinado para la comunicación para el Dos Hermanas CONECTA

El importe total destinado a la comunicación del PAI alcanza el 0,3 % de la ayuda asignada (art. 24.3 in fine de la Orden HAC/1072/2024, de 2 de octubre, por la que se aprueban las bases reguladoras para la asignación de senda financiera FEDER a Planes de actuación integrados de entidades locales, en el marco del Desarrollo Urbano Sostenible, con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el periodo de programación 2021-2027).

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE Dos Hermanas CONECTA

Dos Hermanas CONECTA requiere de una estrategia de comunicación diseñada para promover la transformación sostenible y la cohesión social en la ciudad de Dos Hermanas, considerando la identidad del PAI, su público objetivo y los recursos disponibles. Su objetivo principal es crear un espacio de diálogo e interacción entre los ciudadanos, las administraciones públicas y las organizaciones sociales, fomentando así la participación activa de la comunidad. A través de la difusión de información relevante y la promoción de iniciativas sostenibles, la estrategia ha de buscar sensibilizar a los habitantes sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y fortalecer los lazos sociales.

Para lograr estos objetivos, la Estrategia de Comunicación de Dos Hermanas CONECTA ha de implementar diversas acciones, como talleres, seminarios y campañas informativas que aborden temas claves relacionados con la sostenibilidad y la cohesión social. Además, se han de aprovechar



las plataformas digitales para facilitar el acceso a la información y crear una red de colaboración entre los diferentes actores de la comunidad. De esta manera, la estrategia no solo impulsará un cambio positivo en el comportamiento ciudadano, sino que también contribuirá a construir una ciudad más unida y comprometida con el desarrollo sostenible.

Por ende, **Dos Hermanas CONECTA** requiere de una **estrategia de comunicación eficaz y eficiente**, con una **estructura clara y bien definida**, para impresionar a la población nazarena.

1. Objetivos de la comunicación

Para definir unos objetivos claros, se requiere definir **qué se quiere lograr con la comunicación**, siendo estas las claves:

- Generar conocimiento y reconocimiento del Dos Hermanas CONECTA.
- Promover actividades, eventos y programas en los que involucre a la ciudadanía.
- Fomentar la participación de la comunidad en actividades.
- Establecer una imagen positiva del PAI como eje de transformación sostenible y de cohesión social de la ciudad.

2. Público Objetivo

La identificación del público objetivo es eminentemente local. Comprender **quiénes son las personas destinatarias** es vital para una buena comunicación.

Por ello se ha segmentado la audiencia, teniendo en cuenta cada operación dentro del PAI, en grupos específicos para adaptar el mensaje a sus necesidades e intereses es imprescindible si a fin de alcanzar unos logros destacados. No obstante, se requiere de una comunicación a toda la población en general para **lograr un mayor impacto y conocimiento**.

- Centro de Integración Social y Desarrollo Formativo Zona Sur: sociedad nazarena en general, especialmente personas mayores, y vulnerables.
- Dinamización del tejido económico y social de Zona Sur: principalmente empresas, asociaciones empresariales, universidades y personas con necesidades de formación.
- Centro de Participación Social Comunitaria de Montequinto: asociaciones y grupos comunitarios.
- Bioboulevard: familias en general, personas con interés medioambiental.
- Plan de Biosombra: familias en general y personas con interés medioambiental, prestando especial atención al alumnado de educación infantil y primaria (CEIP), y las personas con discapacidad. Para estas últimas será de vital importancia el trabajo con las diferentes asociaciones de la localidad.
- Accesibilidad e Inversiones en Economía Baja en Carbono en Viviendas públicas: Información centrada en las personas beneficiarias.
- Centro Cultural para el Desarrollo Social: población en general, prestar atención a la población ostomizada de la localidad (para ello, se ha de informar a asociaciones de personas



ostomizadas de Sevilla) y personas con diversidad funcional, por ser un edificio que desde sus inicios ha sido diseñado pensando en las necesidades de toda la población.

En la estrategia comunicativa, se requiere prestar atención a la **conexión entre actuaciones**, e informar a las personas y colectivos vulnerables de los medios de transporte y vías de conexión entre las distintas operaciones, como por ejemplo, informar sobre la amplia red de carriles bicis.

3. Canales de comunicación adecuados

Los canales de comunicación adecuados son los medios a través de los cuales se transmiten los mensajes de una organización a su audiencia, y deben ser seleccionados cuidadosamente según el tipo de mensaje, el público objetivo y los recursos disponibles. Los canales pueden ser **tradicionales** o **digitales**.

- Es imprescindible seleccionar los canales de comunicación que mejor se adapten a la audiencia.
- Entre los canales que se podrán utilizar están: Redes Sociales, Página Web, Boletines Electrónicos, Publicidad Local en prensa, encuentros cara a cara, actividades y talleres, celebraciones culturales, colaboraciones.

Es fundamental **adaptar los mensajes a los canales de comunicación preferidos de cada grupo** para maximizar el impacto. Utilizar una mezcla de medios digitales y tradicionales asegurará que se alcance a un público más amplio en Dos Hermanas. Además, es recomendable **investigar periódicamente las tendencias de consumo** para mantener actualizada la estrategia de comunicación (utilizando herramientas de análisis para obtener datos más específicos sobre cuándo nuestras publicaciones tienen mejor rendimiento).

Respecto a las redes sociales, ha de tomarse en consideración cuestiones como **la mejor red social para el rango de edad del público objeto** y las horas en el que nuestro mensaje va a tener mayor impacto.

Uno de los problemas al que nos enfrentamos es la falta de información a nivel local de estos parámetros, por lo que **realizar encuestas y estudios específicos en el entorno local puede ofrecer información más precisa y actualizada sobre los hábitos de uso de redes sociales** entre los diferentes rangos de edad. A continuación, se presenta un desglose de los medios preferidos por diferentes grupos etarios (periodo de análisis poblacional a nivel nacional en el 2023):

Medios de comunicación preferidos por rango de edad
<u>Menores de 18 años</u> <ul style="list-style-type: none">• RRSS: Facebook e Instagram son populares, pero TikTok se ha convertido en la plataforma favorita para contenido sin formato.• YouTube: Consumir contenido a través de videos. Es un medio crucial para la comunicación visual y de entretenimiento.
<u>De 18-24 años</u>



- RRSS: Instagram y TikTok siguen siendo los más utilizados. Twitter también es relevante para noticias y tendencias.
- YouTube: Además de entretenimiento, se usa para tutoriales y cursos.
- Blogs y foros en línea: Buscan información y opiniones sobre diversas temáticas.

De 25-34 años

- Facebook: Aún se utiliza, aunque en menor medida. Ideal para mantenerse conectado con amigos y eventos.
- Instagram: Popular para compartir experiencias y eventos, especialmente entre los jóvenes adultos.
- LinkedIn: Para contenido profesional y networking.
- Podcast: Creciente popularidad para consumo de información y entretenimiento.

De 35-44 años

- Facebook: Este grupo sigue utilizando Facebook para mantenerse informado y conectado.
- WhatsApp: Para la comunicación personal y difusión de información grupal.
- Email: Aún es relevante, especialmente para recibir información formal y newsletters.
- Medios de comunicación locales: Periódicos y revistas digitales para información de actualidad.

De 45 años y más

- Facebook: Es la plataforma más utilizada para conectar con amigos y familiares.
- WhatsApp: Muy popular para comunicación diaria y grupal.
- Televisión: Medios tradicionales siguen siendo importantes para noticias e información.
- Periódicos y revistas impresas: Se utilizan para mantenerse al tanto de la actualidad local y nacional.

Se ha de prestar atención a las nuevas redes sociales que podrían desbancar a Tiktok como son: RedNote y Triller.

Por otro lado, se ha de prestar atención a **la mejor hora de comunicar en cada red social**, dado que puede variar según la audiencia y la plataforma. Sin embargo, algunas pautas generales son:

La mejor hora de comunicar en cada red social

Facebook

- Mejores días: Miércoles y jueves
- Mejores horas: Entre 1 p.m. y 3 p.m.

Instagram

- Mejores días: Lunes, miércoles y jueves
- Mejores horas: Entre 11 a.m. y 2 p.m., y de 7 p.m. a 9 p.m.

Twitter

- Mejores días: Martes y miércoles



- Mejores horas: Entre 12 p.m. y 3 p.m.

LinkedIn

- Mejores días: Martes, miércoles y jueves
- Mejores horas: Entre 10 a.m. y 12 p.m.

TikTok

- Mejores días: Martes, jueves y viernes
- Mejores horas: Entre 11 a.m. y 5 p.m.

Utilizar una mezcla de medios digitales y tradicionales asegurará que se alcance a un público más amplio en Dos Hermanas. Se requiere investigar periódicamente las tendencias de consumo para mantener actualizada la estrategia de comunicación.

Por último, podrán realizarse acciones de comunicación por medios distintos a los anteriores, siempre que traten de cumplir con alguno de los objetivos del apartado 1.

4. Contenido de comunicación atractivos

- **Características de un buen mensaje**
 - El mensaje seleccionado para cada comunicación particular ha de ser claro y conciso.
 - Con un uso del lenguaje sencillo y directo.
 - Fácil de entender.
 - Resaltar los beneficios para la audiencia.

Esta estrategia de comunicación busca fortalecer la conexión del PAI con la comunidad de Dos Hermanas, facilitando un ambiente participativo e inclusivo. Una implementación efectiva puede llevar a un mayor reconocimiento y uso de las instalaciones y herramientas tecnológicas, enriqueciendo la vida de los/as habitantes de nuestra localidad.

- **Incorporar elementos visuales y narrativos.**
- Utilización de gráficos, imágenes y vídeos para completar mensaje y captar la atención.
- Tener en cuenta las diferentes **necesidades de las diferentes discapacidades** para hacerles llegar correctamente el mensaje. Se propone para las personas con ceguera utilizar no solamente el brillo sino imágenes en relieve.
- El contenido puede apoyarse también en Actividades, Talleres, **Historias y testimonios**.

5. Interacción y Participación

Se promoverá la interacción y el feedback. Prestando atención a las **reacciones de la audiencia** y **ajustando la estrategia si es necesario**. Se podrán utilizar:

- Foros y Encuentros
- Actividades Colaborativas
- Concursos y Campañas
- Encuestas online/cara a cara



6. Evaluación, retroalimentación y otras cuestiones a tener en cuenta

- **Medir y ajustar:** Utilizar herramientas de análisis para medir el impacto de tu comunicación. Evaluar qué funciona y qué no, y realiza ajustes en consecuencia.
 - Encuestas online/cara a cara.
 - Análisis de datos.
 - Reuniones de revisión del Grupo de Trabajo CEIP.
- **Ser auténtico/a y transparente:** Comunica de manera honesta. La autenticidad genera confianza y mejora la relación con tu audiencia.
- **Mantener la consistencia:** Asegurar que la comunicación sea coherente en todos los canales y puntos de contacto. Esto refuerza el mensaje y marca.
- **Capacitar a los/as portavoces:** Al trabajar en equipo, ha de asegurarse que todos y todas las personas involucradas estén bien informadas y alineadas con la estrategia de comunicación.

7. Plan de Crisis

- Establecer un protocolo para gestionar posibles crisis comunicativas, **garantizando respuestas rápidas y transparentes** ante cualquier incidente relacionado.
- Al implementar esta estrategia de comunicación, la estrategia de Comunicación del Plan de Actuación Integrado Dos Hermanas CONECTA puede fortalecer su conexión con la comunidad, incrementar su visibilidad y convertirse en un referente de cultural, social y de transformación de la Ciudad de Dos Hermanas y sus habitantes.

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN/PLAN DE ACCIÓN DE COMUNICACIÓN

Para lograr alcanzar los objetivos de la Estrategia de Comunicación del Plan de Actuación Integrado **Dos Hermanas CONECTA** se requiere la elaboración de un **plan de acción por cada operación** alineado con la Estrategia, pudiendo además de estos, realizarse un plan general. Estos Planes se elaborarán por la Vicepresidenta de Integridad y Comunicación, contando la colaboración del CTDUSI, concretamente con el Grupo de trabajo CEIP y ECO.

Los Planes de acción comunicativa podrán ser propuestos para su aprobación por el Comité Representativo del CTDUSI.

El contenido mínimo de los mencionados planes será:

1. **Objetivos de la comunicación:** Definir los objetivos específicos que se quieren alcanzar con el plan.
2. **Identificar las audiencias principales.**
3. **Mensajes Clave:** Redactar mensajes claros y coherentes que se desean transmitir a cada público.
4. **Canales de comunicación:** Seleccionar los canales más efectivos para cada público objeto.
5. **Actividades y tareas:** Detallar las acciones específicas a realizar.
 - Actividad.
 - Responsable.
 - Fecha inicio.



- Fecha finalización.

6. Cronograma

7. **Recursos necesarios:** Listar los recursos necesarios para llevar a cabo el plan, que pueden incluir:

- Personas
- Necesidad de contratar y en qué porcentaje
- Materiales
- Herramientas
- Presupuesto

8. **Evaluación y Medición:** Establecer indicadores de éxito y métodos para medir el impacto, por ejemplo:

- Encuestas
- Reuniones
- Análisis de las herramientas de comunicación utilizadas.

9. **Revisión y ajustes:** Seguimiento del Plan de acción.

Acciones de comunicación a dos semanas vista

1. Crear web específica del PAI.
2. Contar con el gobierno local para dar a conocer el Plan de Actuación Integrado **Dos Hermanas CONECTA**. Recomendable vídeo del Alcalde.
3. Informar a asociaciones y entidades seleccionadas.
4. Comunicar a la ciudadanía por medio de RRSS, presa escrita y publicar en web.
5. Vídeo proyecto.

IDENTIDAD VISUAL Y OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

1. Identidad Visual

El Plan de Actuación Integrado **Dos Hermanas CONECTA** cuenta con un logo en cuyo diseño se ha tenido en cuenta su "espíritu", de **diseño completamente orgánico** y se inspira en la **geografía de Dos Hermanas**, cuya forma natural ha sido transformada en una gran hoja, símbolo de vida, crecimiento y sostenibilidad. En su interior, un entramado de finas ramas se entrecruza, conectando múltiples hojas de colores rojos, verdes, naranjas y grises, **representando la diversidad de los barrios que componen la localidad**.

La fusión de estos elementos simboliza la conexión entre tradición y modernidad, destacando el **compromiso con un desarrollo urbano innovador y respetuoso con el medio ambiente**. Su diseño dinámico y fluido proyecta una visión de futuro basada en la sostenibilidad, donde la **naturaleza y la comunidad conviven en armonía**, reflejando el espíritu de progreso y equilibrio de Dos Hermanas.



Ilustración 1_Propuesta estética banderola y cartelería

2. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

Toda acción de comunicación deberá cumplir con lo establecido en:

- Materia de información y publicidad en los artículos 47 y 50 y el anexo IX del Reglamento (UE) 2021/1060.
- Las bases de la convocatoria (*Orden HAC/1072/2024, de 2 de octubre, por la que se aprueban las bases reguladoras para la asignación de senda financiera FEDER a Planes de actuación integrados de entidades locales, en el marco del Desarrollo Urbano Sostenible, con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional en el periodo de programación 2021-2027.*) y su resolución.
- La solicitud de la subvención, así como en cualquier otro documento de obligado cumplimiento relativo a la misma.
- Manual de identidad visual del Ayuntamiento de Dos Hermanas



e) La Ley de Protección de Datos y su normativa de desarrollo.

3. PERSPECTIVA DE GÉNERO

Toda acción de comunicación deberá diseñarse y elaborarse teniendo en cuenta el **principio de igualdad y la perspectiva de género**, utilizándose en todo momento un lenguaje inclusivo y no sexista.