



**AJUNTAMENT
D'ESPARREGUERA**

Pla de Comunicació Municipal

Ajuntament d'Esparreguera

Gener de 2021



Índex de continguts

Pàgina

Introducció

I. Diagnosi

1. Presentació i Objectius.....4
2. Aprenentatges de la fase d'auditoria.....5
3. Definició dels objectius de comunicació i els públics estratègics.....18
4. Síntesi d'oportunitats en base als objectius definits.....20

II. Eixos d'actuació prioritaris

1. Presentació dels eixos de treball.....22
2. Identificació d'objectius, oportunitats i eixos de treball.....24
3. Concreció de les accions a desplegar26

III. Pla d'accions

1. Justificació i Presentació.....33
2. Graella d'accions.....35
3. Priorització.....43
4. Desglossament de les fitxes d'accions.....47

IV. Model de gestió

1. Punt de partida.....99
2. Organitzar-se en temps de COVID-19.....102
3. Model de Comunicació Municipal.....105
4. Estructura organitzativa.....108
5. Descripció de funcions i responsabilitats130
6. Calendari i horari laboral.....138
7. Sistemes de coordinació.....141



Introducció

El Pla de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera s'ha dut a terme entre els mesos de juliol de 2019 i el mes de setembre de 2020. L'objectiu d'aquest pla és definir els principals eixos de treball i les accions concretes que cal dur a terme per a desplegar les polítiques de comunicació municipals durant els propers anys i, al mateix temps, establir el model organitzatiu i de gestió que ha de permetre el desenvolupament de les activitats de comunicació i l'encaix del Servei de Comunicació en l'organització i les dinàmiques de l'Ajuntament. De cara a fer-ho, s'ha comptat amb l'acompanyament de la consultora especialitzada en comunicació corporativa Op-team SL i el seguiment del Servei de Comunicació de l'Ajuntament.

El Pla de Comunicació s'ha estructurat en quatre parts o quatre fases de treball. Una primera fase de diagnòstic, una posterior de síntesi i definició estratègica, una fase de pla d'acció i una fase final de disseny organitzatiu i model de gestió. Durant la fase de diagnòstic es varen fer 20 entrevistes a regidors i regidores dels diferents partits polítics amb representació municipal, i a tècnics i tècniques de diferents departaments del consistori; es varen fer 600 entrevistes presencials entre la ciutadania, a una mostra representativa de la població d'Esparreguera; i es varen rebre 114 enquestes online entre les entitats, el comerç local i la resta de treballadors municipals, sobre les seves necessitats i expectatives al voltant de la comunicació de l'Ajuntament.

També es varen analitzar els models de 9 ajuntaments "comparables" als d'Esparreguera, es varen analitzar els canals de comunicació amb què treballava l'Ajuntament en aquell moment, i es varen observar 5 casos de bones pràctiques en les que aquest consistori es podia inspirar per a dur a terme algunes de les seves iniciatives de comunicació. Fruit d'aquest anàlisi es varen identificar 17 oportunitats estratègiques que varen agrupar-se en 5 eixos de treball: la vertebració organitzativa del Servei de Comunicació, la millora dels actuals canals de comunicació de l'Ajuntament, la creació i impuls de nous canals, la millora de la presència d'Esparreguera als mitjans de comunicació i la vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament.

Al voltant d'aquests 5 eixos es varen definir un total de 50 accions específiques per a desplegar el Pla de Comunicació, que queda configurat com un pla de millora i transformació de l'activitat comunicativa de l'Ajuntament, a implementar-se en els propers dos anys. El calendari previst, però, s'ha vist alterat per la irrupció de la Covid-19, que va endarrerir el desenvolupament dels treballs per a la definició del pla i ha posat fre a l'inici de les primeres accions. No obstant, ja des d'aquest 2021 s'estan iniciant les activitats orientades a la vertebració organitzativa del Servei de Comunicació, que és un dels eixos prioritaris de treball i base fonamental de cara poder donar resposta a les diferents accions recollides al pla i fer-ne el desplegament.



I. Diagnosi

1. Presentació i objectius

L'objectiu d'aquesta **Fase de Diagnosi** és vincular tota la informació sorgida de les 7 accions que van realitzar-se als diversos públics i col·lectius detallats a la Fase 1 (Auditoria).

Aquesta vinculació permet aflorar les principals fortaleses, debilitats i oportunitats existents en l'actual sistema de Comunicació de l'Ajuntament; detallant específicament objectius, audiències, canals, continguts, demandes no ateses i model organitzatiu.

El resultat de creuar les conclusions de cadascuna de les accions de la Fase d'Auditoria posa en evidència quins són els àmbits de millora (i, per tant, d'actuació) que haurà de resoldre el futur Pla de Comunicació.



2. Aprenentatges de la fase d'auditoria¹

Sobre els objectius de la comunicació municipal

- Per a la **població d'Esparreguera**, els objectius de la comunicació municipal haurien de ser (*enquesta ciutadania*):
 - Garantir l'accés a la informació (69%)
 - Generar sentiment d'identitat local (38%)
 - Informar sobre l'actuació del govern de forma transparent (38%)
 - Estimular l'activitat econòmica i d'ocupació (39%) > Especialment per als joves
 - Assegurar que la ciutadania estigui informada en la seva relació amb l'administració (32%)
 - Ser una plataforma de participació ciutadana (32%)
- Per als **representants polítics** els objectius de comunicació de l'Ajuntament haurien de ser (*entrevistes representants polítics*):
 - Traslladar tota la informació de l'Ajuntament a la ciutadania (acció de govern, informació de servei, etc.).
 - Donar veu a les entitats i teixit associatiu d'Esparreguera
 - Informar sobre les diferents sensibilitats polítiques amb representació al consistori
 - La transparència i la participació ciutadana
- Per als **tècnics municipals** els principals objectius de la comunicació municipal haurien de ser (*entrevistes tècnics municipals*) :
 - Informar a la ciutadania
 - Fer rendiment de comptes
 - Impulsar la participació
 - Cohesionar la plantilla i fer-la ambaixadora de l'activitat de l'Ajuntament
- Per als **treballadors municipals**, els objectius de comunicació de l'Ajuntament són (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*):
 - Informar sobre l'oferta de serveis i activitats de l'Ajuntament
 - Informar sobre tràmits i procediments administratius
 - Informar a la ciutadania sobre actuacions fetes (transparència)

¹ Entre parèntesi, en cursiva s'indica l'acció d'anàlisi (corresponent a la primera fase del projecte) de la qual s'extreuen els diferents aprenentatges.



- Informar sobre incidències i atendre la ciutadania
- Aconseguir la participació ciutadana
- Per al **comerç local**, els principals objectius de comunicació del seu propi col·lectiu són (*enquesta comerços*):
 - Aconseguir nous clients
 - Vendre els seus productes i serveis
 - Donar a conèixer la seva activitat

Consideren que l'Ajuntament els pot ajudar en l'àmbit de la comunicació informant de campanyes i iniciatives promocionals del comerç local, generant continguts relacionats amb el seu sector d'activitat, i mantenint i difonent una agenda actualitzada d'activitats.

- Per a **les entitats**, els seus objectius de comunicació són (*enquesta entitats*):
 - Aconseguir la participació ciutadana
 - Donar a conèixer les activitats que organitzen
 - Aconseguir nous associats i associades

El suport en comunicació que demanen a l'Ajuntament passa per la publicació de notícies relacionades amb les seves entitats, informant de l'agenda d'activitats.

Sobre els públics de la comunicació municipal

- Els públics amb els que necessita comunicar-se **els serveis de l'Ajuntament** són la ciutadania en general, pares i mares de famílies, entitats i institucions. I de forma regular amb joves, gent gran, estudiants i comerços (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*).
- El **comerç local** ha de comunicar-se amb la ciutadania en general i altres empreses i comerços (*enquesta comerços*).
- Per als **tècnics municipals** els públics objectiu de la comunicació de l'Ajuntament són la ciutadania (població en general, entitats, teixit associatiu i comercial), els propis treballadors de l'Ajuntament, els mitjans de comunicació, i altres administracions i institucions (*entrevistes tècnics municipals*).



- Pels **responsables polítics** també és important donar veu a les entitats del municipi; així com als representants dels grups polítics (*enquesta responsables polítics*).
- Un 30% de les **entitats i les associacions** necessiten comunicar-se amb la ciutadania un cop al mes, i un altre 30% només esporàdicament al llarg de l'any (*enquesta entitats*).

Sobre els hàbits informatius de la població (*enquesta ciutadania*)

- La majoria de la població fa servir **canals informals** de comunicació per assabentar-se del que passa a Esparreguera: parlar amb persones conegudes (62%) o xarxes socials personals o no oficials (26%).
- El 50% de la població **no és fidel a cap mitjà de comunicació** per informar-se del que passa a Esparreguera. Els que són fidels a un mitjà, segueixen grups informals de xarxes socials (19%) o revistes i capçaleres locals (10%).
- Un terç de la població **no dedica gens de temps** a informar-se del que passa a la vila, i un altre terç menys de 10 minuts al dia. A més edat, augmenta el temps dedicat a informar-se sobre el que passa a Esparreguera.
- El 43% diu que **no té un horari fixe** per informar-se, mentre que un 16% a la nit i un 14% a la tarda.
- Els mitjans de comunicació privats (**revistes i premsa d'abast local i comarcal**) **són més rellevants** que els mitjans propis de l'Ajuntament.
- **Els més joves** (de 16 a 25 anys) s'informen a través de les xarxes socials de les seves amistats, mentre que els més grans de 51 anys prefereixen canals tradicionals (mitjans escrits i impresos i ràdio).

Sobre les tipologies d'informació i temàtiques demandades

- Les tipologies d'informació que més interessen a **la ciutadania** són notícies sobre el que passa a Esparreguera, l'oferta de lleure, informació de serveis i informació sobre tràmits a l'administració (*enquesta ciutadania*).
- Les temàtiques que més interessen **la població d'Esparreguera** són Cultura i Espectacles (52%), Seguretat Ciutadana (51%) , Urbanisme (48%) i Medi



Ambient (45%). Els més joves demanen específicament continguts sobre joventut, cultura i esports (*enquesta ciutadania*).

- Per als **representants polítics**, la base de la comunicació municipal hauria de ser: informacions de servei (tràmits, incidències, impostos, obres, etc.), l'acció de govern (tot el que es fa des de cada regidoria), agenda (les activitats que tenen lloc al municipi), i participació i veu a la ciutadania (informar per a que la ciutadania es generi la seva pròpia opinió i s'impliqui en la vida local) (*enquesta representants polítics*).
- Les principals tipologies d'informació que es necessita comunicar **des de l'Ajuntament** són (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*)
 - **a nivell extern** (de cara la ciutadania): informacions sobre tràmits a l'administració (52%), notícies d'interès per a la ciutadania (47%), informació de servei i incidències (35%) i ofertes de lleure i entreteniment (28%).
 - **a nivell intern** (de cara els treballadors): compartir eines, recursos i experiències (82%), fomentar el coneixement i la col·laboració (80%), facilitar informació sobre l'organització (70%), escoltar l'opinió dels treballadors/es (63%) i generar sentiment de pertinença a l'organització (54%).
- Sobre les tipologies d'informació que s'espera rebre per part de l'Ajuntament, el **comerç local** en destaca la difusió de campanyes comercials i la promoció de fires i festes locals; així com informació de servei: horaris, ubicació, productes, etc... (*enquesta comerços*).
- Cal incorporar **la perspectiva de gènere** a la comunicació local, aplicant mesures que incideixin en el nivell de sensibilització en la matèria per part dels professionals de la comunicació i, indirectament, en els continguts i informacions difoses (*entrevistes representants polítics*).

Sobre els canals de comunicació

Ràdio Esparraguera

- Hi ha un **ampli desconeixement de l'emissora** municipal (70%) i només un 9% la fa servir per a informar-se del que passa al municipi. La majoria de persones que sí l'escolten tenen més de 51 anys. Per als que sí l'escolten, el que més interessa són els informatius (15%) i les tertúlies (13%) i, en general, tenen un



alt nivell de satisfacció, posant en valor la rapidesa i la varietat d'informació (*enquesta ciutadania*).

- Rellevància de Ràdio Esparreguera com a mitjà local amb **una forta vinculació al municipi** i que dona veu al teixit associatiu de la població. No obstant, presenta la necessitat de modernitzar-se publicant notícies a la seva pàgina web i potenciant la seva presència i activitat a les xarxes socials (*entrevistes representants polítics*), així com d'adequar la comunicació al públic al qual es dirigeix a través del seu portal web (llenguatge, banners, podcast, etc...) ja que actualment els formats que es penjen al web de la ràdio son poc adequats als hàbits dels ciutadans (*enquesta entitats*).
- Manca un aprofitament de la informació que genera el mitjà en termes **d'impacte transversal en altres canals**, com ara la web de l'emissora o altres canals municipals (*anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- També caldria **que arribés la freqüència a tot el municipi**, sobretot a les urbanitzacions de Mas d'en Gall i Can Comelles (*enquesta ciutadania*).
- Pel que fa a la difusió de comunicacions a través **d'anuncis radiofònics**: un 21% dels treballadors interns de l'Ajuntament s'hi comunica i un 15,8% fa anuncis a la ràdio; només el 12,5% dels comerços enquestats fan anuncis radiofònics; mentre que un 48,6% de les entitats i associacions es comunica a través de notícies radiofòniques i un 35,1% fa anuncis a la ràdio (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament, comerços i entitats*).

Bones pràctiques de referència

- ➔ L'Ajuntament de Gavà per la seva estratègia de coordinació amb tots els diferents canals (televisió, web, xarxes...) ja que utilitza una gran diversitat de xarxes socials a través d'un model fragmentat i amb interacció amb els diferents comptes.
- ➔ L'Ajuntament de Manlleu amb la seva tasca dels darrers anys de promoure la ràdio a través de la presència creixent de les entitats en la programació de l'emissora.
- ➔ Cugat Media com a plataforma de comunicació amb molts canals segmentats, però amb una estratègia definida i executada.



Canals institucionals

- Existeix un **alt grau de desconeixement** del web i les xarxes socials de l'Ajuntament (més del 50%) i el grau de satisfacció, entre els que sí utilitzen aquests mitjans, se situa a l'entorn del 6 sobre 10. Hi ha un ampli marge de millora en el grau d'ús i la percepció de valor, sobretot entre els joves (*enquesta ciutadania*).
- Hi ha una **baixa influència dels mitjans de comunicació institucionals**: web i xarxes socials de l'Ajuntament (*enquesta ciutadania*).
- **Credibilitat, transparència i veracitat** són els tres atributs més valorats en la comunicació de l'Ajuntament, i el que la diferencia de les informacions consumides des d'altres canals de comunicació (*enquesta ciutadania*).
- **Necessitat de segmentar** la informació per a cada un dels canals institucionals de l'Ajuntament per arribar a la ciutadania (*entrevistes treballadors*).
- Es constata la **disponibilitat de molts canals** de comunicació municipals diferents i presència a les principals xarxes socials per part de l'Ajuntament però **no existeix una política d'actuació a cada canal** ni estratègia de continguts (*anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- Falta desenvolupar una **estratègia de presència a les xarxes socials** (com vincular-se amb tercers, a qui seguir, a qui respondre i com, quin tipus de continguts publicar, etc.) (*anàlisi mitjans propis Op-Team*).

Web de l'Ajuntament

- Necessitat de **millorar l'actual web** de l'Ajuntament, per antiga i per la dificultat que presenta a l'hora de navegar i accedir als continguts. Entendre la web com a repositori únic i transversal d'informació per a tota l'organització, des dels serveis, fins a l'OAC passant per Comunicació (*entrevistes representants polítics, enquesta a la plantilla de l'Ajuntament, entrevistes tècnics municipals, anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- En aquest **procés de modernització** es requereixen formats més moderns, ús de més grafisme, banners, etc.; així com coherència a nivell de continguts en tots els formats. El servei OAC demana també una **gestió activa del SIC** per disposar de tota la informació unificada i en un únic lloc (*entrevistes tècnics municipals*).
- Només un 6% s'assabenta del que passa al poble a través del web municipal i un 25% busca informació a través d'aquest canal. Només un 2% se'n considera



un seguidor fidel. La puntuació mitjana del web municipal és d'un 6,1 sobre 10 (major puntuació que les xarxes socials) (*enquesta ciutadania*).

- Pel que fa als treballadors, el web és el **canal més utilitzat** per a comunicar (72%) (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*).

Nous canals

- **Manca de canals per donar veu a totes les sensibilitats polítiques.** Dels actuals mitjans de comunicació municipals només Ràdio Esparreguera reflecteix aquesta pluralitat, donat que el web de l'Ajuntament concentra els continguts més vinculats a l'acció de govern (entrevistes als representants polítics).
- Es considera necessari dotar d'un **espai propi d'informació i divulgació per als diferents grups polítics** amb representació al consistori (*entrevistes als representants polítics*).
- Es constata l'oportunitat de posar en funcionament **una capçalera municipal en suport paper** per tal d'arribar a les capes de població que tenen accés a la informació en suports electrònics (*entrevistes representants polítics, enquesta comerços i entitats*).
- Per part dels treballadors municipals es demana aprofitar el **portal DECIDIM** (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*).

Bones pràctiques de referència

- ➔ L'Ajuntament de Castellà del Vallès amb el butlletí "l'Actual" que té una bona penetració municipal, de format setmanal i a través del qual es comunica informació del consistori (tot i que és un mitjà independent del servei de comunicació institucional)
- ➔ L'Ajuntament de Molins de Rei, tot i no ser un butlletí municipal si cal tenir en compte els continguts que es desprenen de la revista "El balcó de la vila" i la seva bona penetració municipal amb 12.000 exemplars distribuïts, d'una població total de 25.000 habitants
- ➔ L'Ajuntament de Pineda de Mar amb el seu butlletí gratuït "A prop"; també per la seva bona penetració municipal.



Xarxes socials

- Consideració que cal **impulsar els canals digitals de manera decidida i segmentar la informació** per a cada un d'ells: fer servir el canal d'Instagram de manera regular per incidir entre el públic més jove i potenciar les publicacions d'àmbit cultural; un butlletí digital per fer recull de les notícies del web de l'Ajuntament; i resta de xarxes socials que actualment ja té l'Ajuntament (facebook, twitter i youtube) explotant totes les seves possibilitats (emissions en directe, interacció amb l'audiència, etc.) (*entrevistes representants polítics, enquesta a la plantilla de l'Ajuntament, enquesta entitats, anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- També es posa de manifest que **l'ús de les xarxes socials per part de l'alcalde pot anar en contra dels canals municipals**, ja que la gent sovint recorre a ell amb dubtes, queixes o comentaris que caldria vehicular cap als canals oficials (*enquesta representants polítics*).
- Necessitat **d'explotar les possibilitats dels mitjans digitals**: respondre queixes, suggeriments i comentaris que arriben a través de les xarxes socials (*enquesta entitats*) i explotar **canals de comunicació instantània** amb la ciutadania (whatsapp o telegram) en la mesura que organitzativament sigui possible (*entrevistes representants polítics, enquesta a la plantilla de l'Ajuntament, anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- Es constata la necessitat de **modernitzar els formats** de comunicació i adaptar-los a un estil de comunicació més visual i adaptats a la comunicació digital: banners, animacions, petites càpsules de vídeo, etc (*entrevistes tècnics municipals, anàlisi mitjans propis Op-Team*).
- Els treballadors consideren que les xarxes socials son **un bon canal de comunicació** pels seus serveis, posant un link al web municipal per a informació ampliada. Necessitat de poder utilitzar formats més moderns (infografies, etc...), així com donant resposta als comentaris dels usuaris (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*).
- El 38% de la població s'informa a través de **les xarxes socials informals**, i només un 3% a través de les xarxes socials municipals i un 5% a través de les xarxes socials dels mitjans de comunicació. Qui segueix aquestes xarxes les puntua amb un 5,8 sobre 10. Majoritàriament son dones de 26 a 50 anys (*enquesta ciutadania*).
- Els comerços utilitzen en un 87% les xarxes socials per a comunicar-se. Per altra banda, el 57% de les entitats creuen que l'Ajuntament els hauria de donar suport amplificant els missatges de l'entitat a les xarxes socials; ja que ells



l'utilitzen en un 75% per a difondre les seves activitats. També demanen que l'ens municipal **doni resposta** a les crítiques i missatges que s'envien a les xarxes socials municipals (*enquesta entitats, comerços i treballadors*).

Bones pràctiques de referència

- ➔ L'Ajuntament del Masnou amb les eines d'anàlisi de les xarxes socials. Fa poc han iniciat enquestes de satisfacció dels serveis de l'Ajuntament.
- ➔ L'Ajuntament de Mataró com a exemple de segmentació dels canals i la gestió de la informació d'immediatesa.
- ➔ L'Ajuntament de Cambrils amb el seu ús de les xarxes de forma segmentada i, en especial, pel públic jove.

Cartelleria

- Necessitat de **disposar d'espais per a penjar** cartells a l'espai públic, tant per a l'Ajuntament com per a les entitats del poble (*entrevistes representants polítics, enquesta entitats, entrevistes tècnics municipals*).
- Els treballadors municipals utilitzen en un 67% cartells per informar sobre temes que han de comunicar. Necessitat de **coherència en la creativitat i la imatge**, alhora que unificar criteris en la comunicació digital i en paper (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament*).
- Només un 7% de la població diu que s'informa a través d'aquest canal i només un 4% es considera un seguidor fidel d'aquest canal (*enquesta ciutadania*).

Presència en mitjans de comunicació aliens (locals i comarcals)

- Els tècnics del Departament de Comunicació envien **notes de premsa** quan hi ha l'oportunitat, però no hi ha cap periodicitat establerta (entrevistes treballadors).
- **L'11% de la població s'informa a través d'aquests canals**. Un 4% de la ciutadania s'informa del que passa al municipi a través de les xarxes socials dels mitjans de comunicació i només un 2% a través dels mitjans generalistes. 3 de cada 5 menors de 25 anys no han opinat sobre els mitjans de comunicació independents (*enquesta ciutadania*).
- **Baixa presència d'Esparreguera en els mitjans d'àmbit nacional**. Manca un flux dedicat d'activitat de relació amb els mitjans. L'àmbit d'influència és a nivell de mitjans comarcals, on la web de l'Ajuntament funciona com a font referent de



notícies, tot i que no s'hi desenvolupen àmpliament ni amb espai per a declaracions.

- Les (poques) notícies que apareixen en els mitjans generalistes presenten, en línies generals, una **imatge positiva o com a mínim neutral** de la localitat (*anàlisi c. externa Op-Team*).
- **Indiferenciació d'Esparreguera en els mitjans de comunicació.** No es comunica prou la seva singularitat. L'Ajuntament d'Esparreguera no és la font principal de les informacions aparegudes a mitjans de comunicació generalistes sobre Esparreguera (*anàlisi c. externa Op-Team*).

Comunicació interna

- S'identifica la **manca d'una política per la Comunicació interna**, més enllà de l'existència d'una intranet i l'enviament de missatges de correu electrònic massius entre tota la plantilla. Es fa necessari definir funcions i responsabilitats en aquest àmbit que puguin donar sortida a activitats bàsiques de comunicació interna. (*entrevistes tècnics municipals, benchmark efectuat per Op-Team*).
- Cal assegurar que la plantilla de treballadors i treballadores **són un col·lectiu privilegiat a l'hora d'assabentar-se del que passa a l'Ajuntament** per, d'aquesta manera, convertir-se en ambaixadors dels missatges corporatius (*entrevistes tècnics municipals, benchmark efectuat per Op-Team*).
- A nivell intern, **no es segmenta entre departaments** i regidories a l'hora de comunicar, no obstant s'està treballant en crear noves llistes de distribució d'emails segmentades a regidors/caps de serveis/general/sindical) (*entrevistes tècnics municipals*).
- El **portal del treballador** només serveix per a gestions de recursos humans per part de la plantilla de l'Ajuntament. En general es considera **la intranet** com un canal poc explotat. Des de Recursos Humans es publiquen diverses informacions però Comunicació no intervé. Cal explotar i treure més profit de la **Intranet per aconseguir cohesió d'equip i generar prescriptors d'informació** (*entrevistes tècnics municipals*).
- Es reclama un model basat en la **bidireccionalitat** i la participació dels treballadors(*entrevistes tècnics municipals*).



- Necessitat de disposar d'un canal de comunicació i informació per aquells treballadors municipals que, a causa de la seva tasca, **no tenen accés directe a un ordinador** (*entrevistes tècnics municipals*).

Bones pràctiques de referència

- ➔ L'Ajuntament d'Abrera elabora una newsletter setmanal amb el resum de les notícies més importants (de 10 a 12 notícies)
- ➔ L'Ajuntament d'Olesa de Montserrat en quant a les eines que fan servir per treballar la comunicació interna i evitar la rumorologia; tals com la intranet, manual d'acollida, bústia de suggeriments, etc.
- ➔ L'Ajuntament de Mollet del Vallès amb el projecte Àgora Mollet i la seva voluntat de canvi d'acció i paradigma dins l'organització

Sobre l'organització

- La comunicació s'ha de gestionar sota **criteris tècnics**, no polítics. El Departament de Comunicació ha de poder funcionar de manera autònoma i els polítics indicar les línies generals o objectius a assolir (*entrevistes representants polítics*).
- Es considera útil l'existència d'un **ens consultiu** amb participació d'experts i referents en comunicació per observar i fer seguiment de les pràctiques de comunicació a nivell municipal. L'opinió generalitzada és que la composició d'aquest ens hauria de ser tècnica i no política (*entrevistes representants polítics*).
- Tot i la consideració que els mitjans de comunicació municipals (Ràdio Esparreguera) i la comunicació institucional a l'Ajuntament han de formar part de la mateixa estructura organitzativa es percep **necessari diferenciar** entre una comunicació institucional, basada en l'activitat de l'Ajuntament i l'acció de govern, i la comunicació dels mitjans de comunicació públics locals, que haurien de tenir independència i llibertat editorial (*entrevistes representants polítics*).
- Existeix la percepció d'una **manca de recursos personals i tècnics** per a donar resposta a tots els reptes i objectius en matèria de comunicació local (*entrevistes representants polítics*).



- Es detecta la manca de coordinació entre els diferents departaments de l'Ajuntament a l'hora de donar sortida a informacions que podrien resultar d'interès públic i es subratlla la necessitat **d'establir protocols de treball més clars i eficaços** (*enquesta a la plantilla de l'Ajuntament entrevistes tècnics municipals*).
- No existeix **un model de treball** que garanteixi la cobertura informativa a qualsevol hora del dia i en caps de setmana en el cas dels mitjans de comunicació municipals (Ràdio Esparreguera). Cal establir un sistema d'horaris, torns de guàrdia, vacances, etc. que permeti als treballadors conèixer les seves obligacions de prestació amb visió anual i que permeti garantir la prestació del servei de manera continuada. És quelcom que tenen resolt la majoria de mitjans de comunicació que s'han analitzat (*entrevistes tècnics municipals, benchmark efectuat per Op-Team*).
- Lligat al punt anterior, es fa evident la necessitat de **reconèixer l'especial prestació dels professionals del Servei de Comunicació** per flexibilitat i disponibilitat horària. Aquest reconeixement caldria traduir-lo en la definició d'un model de contraprestació pel fet de treballar en torns partits, realitzar guàrdies i tenir disponibilitat horària, que quedi recollit en el conveni professional. Així és com ho resolen la majoria d'Ajuntaments analitzats (*entrevistes tècnics municipals, benchmark efectuat per Op-Team*).
- S'observa la necessitat de **vertebrar organitzativament el Servei de Comunicació** de l'Ajuntament, incloent-hi tots els seus àmbits funcionals. Cal "qualificar" els perfils professionals i definir-ne les responsabilitats; cal definir quins rols i funcions s'assumeixen internament i quines s'externalitzen; cal establir l'organització interna del departament; i cal establir el model de coordinació intern i extern (*entrevistes tècnics municipals, anàlisi mitjans propis Op-Team, benchmark efectuat per Op-Team*).
- Cal **potenciar el posicionament i visibilitat del Departament** de Comunicació, de cara a incrementar la percepció de valor i la utilitat des de les diferents àrees i serveis. Es fa necessari incorporar aquest servei en els processos d'informació i decisió de qualsevol iniciativa amb impacte en la ciutadania, sobretot les que potencialment siguin susceptibles d'informació pública i difusió, i també de qualsevol iniciativa relacionada amb la transparència, participació i govern obert (*entrevistes tècnics municipals*).
- És necessari afavorir **un canvi de mentalitat** entre els serveis que permeti desenvolupar la consciència de que el Departament de Comunicació ha de ser el referent a l'hora de generar impacte entre la ciutadania, fomentar la relació digital amb l'administració i atraure la participació ciutadana (*entrevistes tècnics municipals*).



Bones pràctiques de referència

- ➔ L'Ajuntament d'Abrera pel seu treball per millorar el funcionament dels circuits interns.
- ➔ L'Ajuntament de Castellar del Vallès disposa d'un equip de disseny intern per l'elaboració de continguts de comunicació; fet que facilita aquesta necessitat de modernitzar les comunicacions.
- ➔ L'Ajuntament d'Olesa de Montserrat pel seu estil periodístic i voluntat de màxima transparència; així com un model àgil, ben organitzat i coordinat i amb criteri tècnic i llibertat periodística.
- ➔ L'Ajuntament de Terrassa com a exemple de coordinació entre departaments i la gestió a través de protocols i manuals.



Finalment, d'acord amb les sensibilitats i prioritats copsades durant la fase d'anàlisi, en el desplegament dels objectius de comunicació i tota l'activitat vinculada per part de l'Ajuntament, es vetllarà per a que siguin presents i s'apliquin diferents valors, de manera transversal. Aquests valors aplicables a la comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera són:

- Transparència
- Pluralitat i independència
- Facilitat de servei al ciutadà
- Participació pública i bidireccionalitat
- Qualitat i credibilitat en els missatges
- Perspectiva de gènere



4. Síntesi d'oportunitats²

A continuació es detallen les principals oportunitats en l'àmbit de la comunicació municipal, vertebrades al voltant dels diferents objectius estratègics de comunicació identificats:

Objectiu 1: Difondre informació municipal (de servei, de rendiment de comptes i actuacions fetes) i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris:

- Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrastar la comunicació informal.
- Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús.
- Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.
- Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació.
- Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics.

Objectiu 2: Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament:

- Establir mecanismes de coordinació amb el públic intern (OAC, Sistemes d'Informació, Govern Obert, Secretaria i Centres Gestors) per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima.
- Establir un a línia de comunicació permanent en els diferents canals institucionals per donar suport al desplegament de l'administració electrònica.

Objectiu 3: Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi.

- Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera.
- Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.

² Cadascuna de les oportunitats identificades s'ha documentat de manera detallada identificant els aprenentatges de la fase d'anàlisi (detallats en el primer apartat d'aquest mateix document) en els que es sustenten. Aquesta correspondència entre oportunitats i aprenentatges que les motiven queda recollida en el document annex ACCIÓ 8 - Síntesi Oportunitats_FINAL.xlsx.



Objectiu 4: Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi:

- Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana.
- Crear i mantenir espais permanents de participació ciutadana.

Objectiu 5: Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal

- Definir una política de comunicació interna establint activitats concretes per a diferents segments de públic dins l'organització.
- Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització.
- Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació.

Finalment, com a requisit necessari per a poder donar desenvolupament als objectius estratègics de comunicació i afrontar les diferents oportunitats identificades, s'estableix un àmbit d'oportunitats al marge d'aquests objectius, el qual desenvolupament es considera condició *sine qua non* per a l'assoliment d'aquests. Aquest àmbit d'oportunitat és previ i té a veure amb la **necessitat d'estructurar i organitzar el Departament de Comunicació de l'Ajuntament**. En aquest sentit, les oportunitats immediates a afrontar tenen a veure amb:

- Vertebrar organitzativament el departament de comunicació.
- Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització.
- Establir mecanismes externs de control i seguiment de l'activitat de la comunicació municipal.



II. Eixos d'actuació prioritaris

1. Presentació dels eixos de treball

A partir de les oportunitats identificades al voltant dels objectius estratègics de comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera, es considera útil definir diferents eixos de treball que han de permetre agrupar les diferents oportunitats i, sobretot, encabir-hi les accions concretes a desplegar en el pla d'acció. Aquests eixos de treball són:

Eix de treball 0. Vertebració organitzativa del Departament de Comunicació

Orientat a vertebrar organitzativament el departament de comunicació dins l'estructura de l'Ajuntament. Es necessari posicionar aquest departament perquè sigui el líder en la conceptualització de les estratègies, accions i mecanismes de la comunicació municipal a tots els nivells. Ha de ser el responsable de la construcció del relat i de tots els missatges de l'Ajuntament. Aquesta línia estratègica ha d'anar acompanyada d'una dotació pressupostària suficient i un reajust laboral i organitzatiu amb la definició de responsabilitats i la redistribució de les funcions per a l'optimització de tasques i un millor funcionament.

També caldrà potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització, així com regular externament l'activitat de la comunicació municipal a través d'algun òrgan consultiu.

Eix de treball 1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament

Amb la finalitat d'aprofitar totes les potencialitats que ens proporcionen els canals de comunicació existents, de manera que se'n pugui treure el seu màxim rendiment i arribem a tots els sectors de la població. Especial èmfasi en l'ús de les tecnologies digitals per a facilitar al màxim la difusió i l'accés a l'administració electrònica.

En aquest eix de treball cal donar resposta a la necessitat de definir el rol de cada mitjà de comunicació, definir-ne l'estil i fer-ne evolucionar la qualitat cap una comunicació més gràfica, bidireccional i adaptada als usos de la població. Caldrà establir mecanismes de coordinació amb el públic intern per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima, i establir els continguts i línies editorials per a cadascun dels canals orientats al públic extern (web, xarxes socials, etc.).

Eix de treball 2. Creació i impuls de nous canals de comunicació

Té a veure amb l'obertura de l'Ajuntament a noves plataformes comunicatives de relació amb la ciutadania (Instagram o Telegram, per exemple) i l'explotació de nous canals de comunicació fins ara no utilitzats en les comunicacions municipals, com ara



un portal de notícies online, una revista municipal, butlletins, videopodcasts, etc.

Aquests nous canals han de garantir la pluralitat política, reflectir la diversitat social i cultural del municipi, i generar un nivell d'informació suficient, ric i divers que faciliti el coneixement de la ciutadania sobre els afers públics i en faciliti la participació directa en aquests.

Eix de treball 3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència

L'Ajuntament ha d'esdevenir el referent informatiu de qualitat del municipi i de la comarca. Per assolir-ho haurà d'establir vincles periòdics amb mitjans de comunicació, els principals prescriptors i altres col·laboradors i, al mateix temps, nodrir els canals de comunicació municipals amb informació qualitativa i de servei del municipi. Per a projectar una identitat local pròpia i diferenciada serà necessari treballar línies de comunicació que permetin posar en valor els actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi.

En aquest cas, també caldrà treballar la manera d'involucrar les entitats i les institucions empresarials, socials i culturals del municipi per tal de nodrir amb informació de qualitat els canals municipals. Es tracta de col·laborar per a ser el referent informatiu a tots els nivells i aconseguir que la imatge de marca d'Esparreguera tingui en compte i sigui conciliadora amb les entitats, les associacions i els comerços de la població.

Eix de treball 4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera

Cal articular els principals processos de comunicació interna de l'Ajuntament. Cal establir canals bidireccionals que facin fluir la comunicació transversalment i entre tots els nivells dins l'organització. Cal treballar per a segmentar les comunicacions quan sigui necessari per tal de no generar soroll innecessari i fomentar la participació dels treballadors i treballadores. La plantilla de l'Ajuntament ha de ser un públic privilegiat a l'hora d'accedir a les informacions municipals i ha d'esdevenir constructora del relat de l'organització.

La comunicació, d'altra banda, ha d'acompanyar el procés constant de transformació de l'organització i donar suport a la gestió del canvi, la creació d'una identitat col·lectiva i la construcció d'una cultura corporativa amb uns objectius i uns valors compartits.



2. Identificació d'objectius, oportunitats i eixos de treball

Eix de treball 0. Vertebració organitzativa del Departament de Comunicació

Té a veure amb la necessitat d'estructurar i organitzar el Departament de Comunicació de l'Ajuntament com a condició prèvia al desplegament del Pla de Comunicació i inclou les següents oportunitats:

- Vertebrar organitzativament el departament de comunicació.
- Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització.
- Establir mecanismes externs de control i seguiment de l'activitat de la comunicació municipal.

Eix de treball 1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 1, de difondre informació municipal (de servei, de rendiment de comptes i actuacions fetes) i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris:

- Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics.
- Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús.

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 2, d'apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament:

- Establir un a línia de comunicació permanent en els diferents canals institucionals per donar suport al desplegament de l'administració electrònica.
- Establir mecanismes de coordinació amb el públic intern (OAC, Sistemes d'Informació, Govern Obert, Secretaria i Centres Gestors) per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima.

Eix de treball 2. Creació i impuls de nous canals de comunicació

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 1, de difondre informació municipal (de servei, de rendiment de comptes i actuacions fetes) i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris:

- Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.



Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 3, de generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi:

- Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 4, de promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi:

- Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana.
- Crear i mantenir espais permanents de participació ciutadana.

Eix de treball 3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 1, de difondre informació municipal (de servei, de rendiment de comptes i actuacions fetes) i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris:

- Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació
- Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrastar la comunicació informal.

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 3, de generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi:

- Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera.

Eix de treball 4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera

Oportunitats que han de permetre donar resposta a l'objectiu número 5, de cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal:

- Definir una política de comunicació interna establint activitats concretes per a diferents segments de públic dins l'organització
- Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització



- Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació

3. Concreció de les accions a desplegar

Eix de treball 0. Vertebració organitzativa del Departament de Comunicació

- Vertebrar organitzativament el departament de comunicació.
 - Definició l'estructura organitzativa del departament: unitats funcionals, llocs de treball, responsabilitats i funcions dels treballadors i treballadores
 - Definició del calendari de treball per als i les professionals dels mitjans de comunicació municipal que inclogui l'horari de prestació, les vacances, els dies d'escreix i els assumptes particulars així com les condicions particulars del servei per al seu ús
 - Definició d'un model de treball que garanteixi la cobertura informativa permanent i la prestació del servei de comunicació de manera continuada per mitjà d'un sistema de torns de treball, servei de guàrdies, etc.
 - Establir un marc regulador consensuat entre treballadors, responsables polítics i representants sindicals que reconegui l'especial dedicació dels professionals del Departament de Comunicació i n'estableixi els sistemes de compensació adequats.
- Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització.
 - Redacció d'un Pla de Comunicació de crisi
 - Millora de la formació del personal del Departament de Comunicació en aquells afers relacionats amb la nova estratègia de comunicació de l'Ajuntament (ús de xarxes socials, edició d'imatge, infografies, petites càpsules de vídeo, etc.).
 - Millora de la informació sobre el Departament de Comunicació (serveis, criteris, manuals d'estil, etc.) al web de l'Ajuntament.
 - Establiment de circuits i processos de comunicació per a assegurar que la informació dels serveis municipals es difon i arriba de manera efectiva als seus destinataris. Establir reunions periòdiques de coordinació editorial a diferents nivells.
 - Establiment d'un calendari de sessions informatives adreçades als treballadors sobre aspectes relacionats amb la comunicació municipal (circuits, criteris, pressupost, campanyes, projectes, ús de canals de comunicació, etc.).



- Establir mecanismes externs de control i seguiment de l'activitat de la comunicació municipal.
 - Creació d'un Consell de Comunicació Municipal, orientat a fer seguiment i control de l'activitat de comunicació des dels mitjans públics municipals i des dels canals institucionals. Establiment dels seus membres, objectius i funcionament; creació efectiva i posada en funcionament.

Eix de treball 1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament

- Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics.
 - Establiment d'una estratègia de canals que defineixi la raó de ser de cada canal de comunicació municipal, els/les responsables del seu manteniment, els criteris de funcionament, les principals línies editorials i estil de comunicació per a l'assoliment de quins objectius envers quins públics.
- Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús.
 - Adequació del portal web de l'Ajuntament a les noves tendències dels webs municipals i necessitats de la població
 - Fer la web adaptable als dispositius mòbils
 - Aplicar la nova imatge corporativa
 - Millorar i simplificar l'arquitectura de la informació i la navegabilitat
 - Augmentar la rotació de continguts a la portada a través de destacats
 - Actualitzar la informació de les diferents seccions de manera més freqüent
 - Incorporar informació d'altres canals (posts Ràdio Esparreguera, xarxes socials, etc.) i fer cada apartat de continguts directament compartible a les xarxes socials
 - Evolució de Ràdio Esparreguera cap a una emissora de qualitat, digital i present al municipi
 - Ampliació de la freqüència radiofònica per a que arribi a tots els llocs del municipi on es sintonitza amb dificultat.



- Activació del web i app de l'emissora nodrint-les de notícies diàriament i millorant la segmentació i categorització dels podcasts produïts per a que esdevingui un portal de referència en la informació del municipi.
 - Definició d'un llibre d'estil de Ràdio Esparreguera que estableixi el model de pluralitat així com les normes estilístiques aplicades als diferents canals (emissora, portal web i xarxes socials).
 - Millora del disseny de la programació per optimitzar el tractament periodístic de les informacions i adaptar-lo les demandes de totes les franges d'edat i necessitats informatives.
 - Especialització en l'ús de les xarxes socials explotant totes les seves possibilitats per desenvolupar els objectius de comunicació fixats
 - Elaboració d'una guia de comunicació per a les xarxes socials corporatives que defineixi quina ha de ser l'arquitectura de canals per a tots els serveis, el *naming* i imatge pública, els missatges a comunicar, la freqüència de publicació, la política de resposta, la política de seguiment i els criteris bàsics de gestió de la comunitat.
 - Definició i posada en marxa d'un sistema d'anàlisi i seguiment de l'activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials i l'impacte dels seus missatges en aquestes
 - Desplegament de nous formats audiovisuals, infografies, fotografies, banners animats, banners sonors, etc. per a les comunicacions des de les xarxes socials.
- Establir un a línia de comunicació permanent en els diferents canals institucionals per donar suport al desplegament de l'administració electrònica.
 - Definició dels continguts, la periodicitat i els canals a utilitzar per a donar suport al desplegament de l'administració electrònica i les polítiques de Govern Obert. Fixar un pla d'accions i una línia editorial i fer-ne el desplegament de manera regular en els canals de comunicació idonis.
- Establir mecanismes de coordinació amb el públic intern (OAC, Sistemes d'Informació, Govern Obert, Secretaria i Centres Gestors) per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima.
 - Establiment d'una reunió de coordinació permanent amb els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica (OAC, Sistemes d'Informació,



Govern Obert, Secretaria i Centres Gestors) que serveixi per identificar oportunitats amb impacte en la ciutadania vinculades a la comunicació.

Eix de treball 2. Creació i impuls de nous canals de comunicació

- Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.
 - Obertura i manteniment regular de diferents canals de comunicació demandats per la ciutadania i els serveis de l'Ajuntament
 - Canals de missatgeria instantània (Watsapp o Telegram) per a comunicacions urgents o de contingència amb la ciutadania i per donar sortida a consultes puntuals sobre els serveis municipals.
 - Canal de vídeos a Youtube per a generar i difondre càpsules informatives de curta durada relacionada amb l'activitat de l'Ajuntament.
 - Compte a Instagram per arribar a un públic més jove amb continguts centrats en l'oferta cultural i de lleure i iniciatives de treball i formació.
 - Canal digital de notícies d'Esparreguera a través de plataformes web i app (pot ser el mateix que activar el portal de Ràdio Esparreguera amb continguts, notícies i podcasts).
 - Butlletí municipal en suport paper, que asseguri la difusió de la informació municipal a tota la ciutadania.
 - Butlletí municipal en format digital, de periodicitat mensual, subscripció via correu electrònic i possibilitat de segmentar-se temàticament.
- Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.
 - Establir trobades periòdiques amb públics concrets (joves, gent gran, famílies, comunitat educativa, etc...) per a informar sobre temes rellevants i que aquests actuïn com a prescriptors de la informació.
 - Crear una campanya de comunicació per a promocionar tots els canals de comunicació municipals, mitjans de comunicació i canals institucionals, i estimular-ne el seu ús entre la ciutadania.
 - Aprofitar el contacte amb la ciutadania per a fer-los conèixer els diferents canals de comunicació públics a l'abast de la ciutadania i aconseguir nous subscriptors als butlletins i canals municipals per a millorar-ne l'autonomia com a ciutadans i ciutadanes.



- Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana.
 - Incorporar un apartat extens d'informació al web de l'Ajuntament sobre els diferents grups polítics amb representació al consistori i la seva participació al dia a dia de l'ajuntament.
 - Obertura d'un espai de comunicació directa, dins del web municipal, per a cada grup polític i cada regidor puguin publicar informacions, posicionaments i argumentaris propis d'interès per a la ciutadania.
 - Elaborar un decàleg de bones pràctiques d'aplicació vinculant a tots els canals municipals amb valors relatius a la independència informativa, la pluralitat de visions, la no ingerència política sobre el criteri tècnic, i la sensibilitat per la perspectiva de gènere.
- Crear i mantenir espais permanents de participació ciutadana.
 - Obertura, de manera regular, d'espais de participació ciutadana a través del portal DECIDIM per a demanar opinió sobre qüestions d'interès públic del municipi.

Eix de treball 3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència

- Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació
 - Sistematització de comunicacions de forma periòdica a través de notes de premsa o esmorzars de treball.
 - Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes i mitjans de comunicació locals, comarcals i nacionals per intercanviar missatges i estratègies comunicatives municipals.
- Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrastar la comunicació informal.
 - Elaboració de dossiers, notes i convocatòries així com l'organització d'actes dirigits a la premsa per tal d'aprofitar i treure el màxim rendiment comunicatiu de tot allò que volem que sigui noticable, sobretot aspectes clau per al futur del municipi: urbanisme, esports, patrimoni, cultura, etc..
 - Articulació al web municipal d'un apartat amb tota la informació rellevant pels mitjans de comunicació (fotografies de recurs, dades econòmiques i organitzatives, etc...), elements d'imatge corporativa i dossiers temàtics especialitzats.
 - Monitorització de la presència d'Esparreguera i, especialment, l'Ajuntament i els seus responsables polítics als mitjans de



comunicació i xarxes socials i avaluar-ne l'impacte quantitatiu i qualitatiu.

- Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera.
 - Establiment d'una graella de línies editorials (continguts) per a cada un dels canals, així com objectius, periodicitat, públics, espais, usuaris, llenguatge, codis, metodologia d'ús, etc.
 - Comunicació de continguts i promoció de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets
 - Generar campanyes anuals específiques (8M, 25N, etc.)
 - Generar campanyes extraordinàries que poden variar anualment (civisme, vila de teatre, patrimoni natural, etc.)
 - Comunicació de fires i festes locals
 - Creació d'una campanya de difusió de la "marca Esparreguera" als mitjans de comunicació. Elaborar documents turístics sobre aquesta marca per a difondre a través de diferents establiments municipals i privats.
 - Creació d'un apartat específic al web municipal sobre la "marca Esparreguera" amb materials i recursos promocionals.

Eix de treball 4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera

- Definir una política de comunicació interna establint activitats concretes per a diferents segments de públic dins l'organització
 - Establiment, conjuntament amb RRHH i els sindicats, de les polítiques de comunicació interna: objectius, destinataris, activitats, canals i responsables.
- Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització
 - Evolució de la intranet municipal en un espai viu de notícies d'interès per als treballadors, un apartat per a la comunicació dels representants sindicals i espais de participació i opinió del conjunt de treballadors i treballadores.
 - Creació d'un butlletí electrònic intern a on comunicar les principals notícies, reconeixement de feina ben feta, informacions d'interès, noves incorporacions, etc.
- Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació



- Coordinar una trobada presencial mensual de 20 minuts per explicar de forma conjunta els principals projectes que es desenvolupen a l'Ajuntament; així com també reconèixer la feina ben feta en públic i cohesionar l'equip.
- Habilitar un espai per a dipositar suggeriments de tota mena per part de la plantilla de l'Ajuntament.
- Habilitar un espai a la intranet municipal per a donar a conèixer els diferents serveis municipals, principals projectes i professionals implicats.



III. Pla d'accions

1. Justificació i presentació

Al llarg de les Fases I, II i part de la III d'aquest Pla de Comunicació s'han definit cinc eixos de treball per a desenvolupar l'estratègia i les accions concretes en l'àmbit de la comunicació municipal per part de l'Ajuntament d'Esparreguera. Aquests eixos són:

- Vertebració organitzativa del Departament de Comunicació
- Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament
- Creació i impuls de nous canals de comunicació
- Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència
- Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera

Alhora, per a cada un d'aquests eixos s'han fixat un seguit d'objectius que es volen aconseguir i unes oportunitats a les que es volen donar resposta. És aleshores quan s'ha pogut estructurar un llistat d'un total de 50 accions concretes que es volen portar a terme i que en aquest punt del Pla de Comunicació es definiran i s'analitzaran al detall. Accions que estan desenvolupades i definides en la seva màxima coherència pel que fa a contingut i execució de tot el Pla de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera.

Donat que del conjunt de 50 accions n'hi ha de molt diversa naturalesa, s'han definit 6 tipologies d'accions de temàtiques diferents i per les quals s'establiran ítems de desglossament específics en cada cas. Les 6 tipologies en les que s'han classificat les accions del Pla d'Acció són les següents:

- Canal
- Campanya
- Formació
- Projecte
- Tàctica
- Organització

Del total de les 50 accions que cal portar a terme, n'hi ha 4 que no caldrà desglossar en format fitxa ja que son accions que es desenvoluparan en el bloc 4, en l'apartat del model organitzatiu del Pla de Comunicació, en el qual es definirà tota l'estructura nova i futura del Departament. Aquestes són:

- **Acció:** Definició de l'estructura organitzativa del departament de Comunicació
- **Acció:** Definició del calendari de treball per als i les professionals dels mitjans de comunicació municipal



- **Acció:** Definició d'un model de treball que garanteixi la cobertura informativa permanent
- **Acció:** Establir un marc regulador per als professionals del Departament de Comunicació

Així doncs, tret d'aquestes 4 accions que es desenvoluparan en la següent fase del Pla de Comunicació, les 46 accions del Pla d'Acció que cal desglossar queden repartides de les següent manera en quant a les tipologies prèviament definides:

- Tipologia canal: 6 accions
- Tipologia campanya: 4 accions
- Tipologia formació: 2 accions
- Tipologia projecte: 11 accions
- Tipologia tàctica: 16 accions
- Tipologia organització: 7 accions

Finalment, també s'han repartit les accions segons la seva prioritat. S'ha establert un total de 3 prioritats definint que:

- **Prioritat 1:** accions que han de començar el seu desenvolupament aquest 2020
- **Prioritat 2:** accions que han de començar a desenvolupar-se a partir del 2021
- **Prioritat 3:** accions que han de començar a desenvolupar-se a partir del 2022



2. Graella d'accions

Per a un correcte anàlisi de les accions definides, s'han estructurat en base dues premisses. En el primer bloc s'estructuraran en base els eixos definits, i en un segon bloc es classificaran segons la seva calendarització.

2.1. Mapa d'accions segons els eixos de treball

Eix 0: Vertebració organitzativa del Departament de Comunicació

Objectiu	Oportunitat	Nom de l'acció	Codificació	Tipologia d'acció
Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació	Vertebrar organitzativament el departament de comunicació	Definició l'estructura organitzativa del departament de Comunicació	00_01_01	Organitzativa essencial
		Definició del calendari de treball per als i les professionals dels mitjans de comunicació municipal	00_01_02	Organitzativa essencial
		Definició d'un model de treball que garanteixi la cobertura informativa permanent	00_01_03	Organitzativa essencial
		Establir un marc regulador per als professionals del Departament de Comunicació	00_01_04	Organitzativa essencial
Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització	Redacció d'un Pla de Comunicació de crisi	00_02_01	Projecte
		Millora de la formació del personal del Departament de Comunicació	00_02_02	Formació
		Millora de la informació sobre el Departament de Comunicació al web de l'Ajuntament.	00_02_03	Tàctica
		Establiment de circuits i processos de comunicació per a assegurar que la informació dels serveis municipals es difon	00_02_04	Organització
		Establiment d'un calendari de sessions informatives sobre aspectes relacionats amb la comunicació municipal	00_02_05	Formació
Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació	Establir mecanismes externs de control i seguiment de l'activitat de la comunicació municipal	Creació d'un Consell de Comunicació Municipal	00_03_01	Projecte



Eix 1: Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament

Objectiu	Oportunitat	Nom de l'acció	Codificació	Tipologia d'acció
Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris	Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics	Establiment d'una estratègia de canals de comunicació municipals	01_01_01	Projecte
Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús.	Adequació del portal web de l'Ajuntament	01_02_01	Tàctica
		Ampliació de la freqüència radiofònica de Ràdio Esparreguera	01_02_07	Tàctica
		Activació del web i app de l'emissora nodrint-les de notícies diàriament i millorant la segmentació i categorització dels podcasts	01_02_08	Tàctica
		Definició d'un llibre d'estil de Ràdio Esparreguera	01_02_09	Projecte
		Millora del disseny de la programació per optimitzar el tractament periodístic de les informacions	01_02_10	Organització
		Elaboració d'una guia de comunicació per a les xarxes socials corporatives	01_02_11	Projecte
		Definició i posada en marxa d'un sistema d'anàlisi i seguiment de l'activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials	01_02_12	Projecte
		Desplegament de nous formats audiovisuals	01_02_13	Tàctica
Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament	Establir un a línia de comunicació permanent en els diferents canals institucionals per donar suport al desplegament de l'administració electrònica.	Definició dels continguts, la periodicitat i els canals a utilitzar per a donar suport al desplegament de l'administració electrònica	01_03_01	Projecte



Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament	Establir mecanismes de coordinació amb el públic intern per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima.	Coordinació permanent amb els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica	01_04_01	Organització
--	---	---	----------	--------------



Eix 2: Creació i impuls de nous canals de comunicació

Objectiu	Oportunitat	Nom de l'acció	Codificació	Tipologia d'acció
Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.	Obertura i manteniment regular de canals de missatgeria instantània (Whatsapp o Telegram) per a comunicacions urgents o de contingència amb la ciutadania	02_01_01	Canal
		Obertura i manteniment regular de canal de vídeos a Youtube	02_01_02	Canal
		Obertura i manteniment regular d'un compte a Instagram per arribar a un públic més jove	02_01_03	Canal
		Obertura i manteniment regular d'un canal digital de notícies d'Esparreguera a través de plataformes web i app	02_01_04	Canal
		Obertura i manteniment regular d'un Butlletí municipal en suport paper	02_01_05	Canal
		Obertura i manteniment regular d'un Butlletí municipal en format digital	02_01_06	Canal
Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi	Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.	Establir trobades periòdiques amb públics concrets	02_02_01	Organització
		Crear una campanya de comunicació per a promocionar tots els canals de comunicació municipals	02_02_02	Campanya
		Aprofitar el contacte amb la ciutadania per a fer-los conèixer els diferents canals de comunicació públics	02_02_03	Tàctica
Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi	Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana.	Incorporar un apartat extens d'informació al web de l'Ajuntament sobre els diferents grups polítics amb representació al consistori	02_03_01	Tàctica
		Obertura d'un espai de comunicació directa, dins del web municipal, per a cada grup polític i cada regidor/a	02_03_02	Tàctica
		Elaborar un decàleg de bones pràctiques d'aplicació vinculant a tots els canals municipals	02_03_03	Projecte
Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi	Crear i mantenir espais permanents de participació ciutadana.	Obertura, de manera regular, d'espais de participació ciutadana a través del portal DECIDIM	02_04_01	Tàctica



Eix 3: Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència

Objectiu	Oportunitat	Nom de l'acció	Codificació	Tipologia d'acció
Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris	Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació	Sistematització de comunicacions de forma periòdica a través de notes de premsa o esmorzars de treball	03_01_01	Organització
		Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes i mitjans de comunicació	03_01_02	Organització
	Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrastar la comunicació informal.	Elaboració de dossiers, notes i convocatòries així com l'organització d'actes dirigits a la premsa	03_02_01	Tàctica
		Articulació al web municipal d'un apartat amb tota la informació rellevant pels mitjans de comunicació	03_02_02	Tàctica
		Monitorització de la presència d'Esparreguera i dels seus responsables polítics als mitjans de comunicació i xarxes socials	03_02_03	Tàctica
Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera.	Establiment d'una graella de línies editorials (continguts) per a cada un dels canals	03_03_01	Projecte
		Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (recurrents, per exemple: 8M, fires, 15N, etc.)	03_03_02	Campanya
		Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (extraordinaris, per exemple: civisme, vila de teatre, patrimoni natural, etc.)	03_03_03	Campanya
		Creació d'una campanya de difusió de la "marca Esparreguera" als mitjans de comunicació	03_03_04	Campanya
		Creació d'un apartat específic al web municipal sobre la "marca Esparreguera"	03_03_05	Tàctica



Eix 4: Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera

Objectiu	Oportunitat	Nom de l'acció	Codificació	Tipologia d'acció
Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal:	Definir una política de comunicació interna establint activitats concretes per a diferents segments de públic dins l'organització	Establiment de les polítiques de comunicació interna: objectius, destinataris, activitats, canals i responsables.	04_01_01	Projecte
	Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització	Evolució de la intranet municipal	04_02_01	Projecte
		Creació d'un butlletí electrònic intern	04_02_02	Tàctica
	Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació	Coordinar una trobada presencial mensual de 20 minuts per explicar de forma conjunta els principals projectes que es desenvolupen a l'Ajuntament	04_03_01	Organització
		Habilitar un espai per a dipositar suggeriments de tota mena per part de la plantilla de l'Ajuntament	04_03_02	Tàctica
		Habilitar un espai a la intranet municipal per a donar a conèixer els diferents serveis municipals, principals projectes i professionals implicats.	04_03_03	Tàctica



2.2. Mapa d'accions segons la seva calendarització

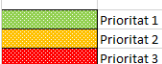
Es classifiquen les accions segons la seva calendarització establint que:

- en l'eix de les X s'hi col·loca la línia del temps en el qual s'han de portar a terme cada una de les accions (des del juny de 2020 al desembre de 2022);
- en l'eix de les Y s'hi marquen les accions, estructurades segons els cinc eixos definits inicialment

El resultat és una graella d'accions calendaritzades de la següent manera:



			Juny 2020	Juliol 2020	Agost 2020	Setembre 2020	Octubre 2020	Novembre 2020	Desembre 2020	Gener 2021	Febrer 2021	Marg 2021	Abril 2021	Maig 2021	Juny 2021	Juliol 2021	Agost 2021	Setembre 2021	Octubre 2021	Novembre 2021	Desembre 2021	Gener 2022	Febrer 2022	Marg 2022	Abril 2022	Maig 2022	Juny 2022	Juliol 2022	Agost 2022	Setembre 2022	Octubre 2022	Novembre 2022	Desembre 2022	Gener 2023	Febrer 2023	Marg 2023			
EIX 0 - VERTEBRACIÓ ORGANITZATIVA DEL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ		CODIFICACIÓ																																					
FORMACIÓ	Millora de la formació del personal del Departament de Comunicació	00_02_02																																					
ORGANITZACIÓ	Establiment de circuits i processos de comunicació per a assegurar que la informació dels serveis municipals es difon	00_02_04																																					
PROJECTE	Creació d'un Consell de Comunicació Municipal	00_03_01																																					
PROJECTE	Redacció d'un Pla de Comunicació de crisi	00_02_01																																					
TÀCTICA	Millora de la informació sobre el Departament de Comunicació al web de l'Ajuntament	00_02_03																																					
FORMACIÓ	Establiment d'un calendari de sessions formatives sobre aspectes relacionats amb la comunicació municipal	00_02_05																																					
EIX 1 - MILLORA DELS CANALS DE COMUNICACIÓ PROPIS DE L'AJUNTAMENT																																							
PROJECTE	Establiment d'una estratègia de canals de comunicació municipals	01_01_01																																					
PROJECTE	Definició dels continguts, la periodicitat i els canals a utilitzar per a donar suport al desenvolupament de l'administració electrònica	01_03_01																																					
PROJECTE	Elaboració d'una guia de comunicació per a les xarxes socials corporatives	01_02_11																																					
TÀCTICA	Adequació del portal web de l'Ajuntament	01_02_01																																					
ORGANITZACIÓ	Millora del disseny de la programació per optimitzar el tractament periodístic de les informacions	01_02_10																																					
ORGANITZACIÓ	Coordinació permanent amb els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica	01_04_01																																					
PROJECTE	Definició i posada en marxa d'un sistema d'anàlisi i seguiment de l'activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials	01_02_12																																					
PROJECTE	Definició d'un llibre d'estil de Ràdio Esparreguera	01_02_09																																					
TÀCTICA	Ampliació de la freqüència radiofònica de Ràdio Esparreguera	01_02_07																																					
TÀCTICA	Activació del web i app de l'emissora nodrint-les de notícies diària i millorant la segmentació i categorització dels podcasts	01_02_08																																					
TÀCTICA	Desplegament de nous formats audiovisuals	01_02_13																																					
EIX 2 - CREACIÓ I IMPULS DE NOUS CANALS DE COMUNICACIÓ																																							
CANAL	Obertura i manteniment d'un butlletí municipal en format digital	02_01_06																																					
CANAL	Obertura i manteniment regular de canals de missatgeria instantània (Whatsapp o Telegram) per a comunicacions urgents o de continuïtat	02_01_01																																					
CANAL	Obertura i manteniment regular d'un compte a Instagram per arribar a un públic més jove	02_01_03																																					
CANAL	Obertura i manteniment regular d'un canal digital de notícies d'Esparreguera a través de plataformes web i app	02_01_04																																					
TÀCTICA	Obertura de manera regular, d'espais de participació ciutadana a través del portal DECIDIM	02_04_01																																					
TÀCTICA	Incorporar un apartat extens d'informació al web de l'Ajuntament sobre els diferents grups polítics amb representació al consistori	02_03_01																																					
TÀCTICA	Obertura d'un espai de comunicació directe, dins del web municipal, per a cada grup polític i cada veïdor/a	02_03_02																																					
CANAL	Obertura i manteniment regular de canal de vídeos a YouTube	02_01_02																																					
CANAL	Obertura i manteniment regular d'un butlletí municipal en suport paper	02_01_05																																					
CAMPANYA	Crear una campanya de comunicació per a promocionar tots els canals de comunicació municipals	02_02_02																																					
TÀCTICA	Aprofitar el contacte amb la ciutadania per a fer-los conèixer els diferents canals de comunicació públics	02_02_03																																					
PROJECTE	Elaborar un decàleg de bones pràctiques d'aplicació vinculant a tots els canals municipals	02_03_03																																					
ORGANITZACIÓ	Establir trobades periòdiques amb públics concrets	02_02_01																																					
EIX 3 - MILLORA DE LA PRESENCIA D'ESPARREGUERA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DE REFERÈNCIA																																							
ORGANITZACIÓ	Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes i mitjans de comunicació	03_01_02																																					
PROJECTE	Establiment d'una graella de línies editorials (continguts) per a cada un dels canals	03_03_01																																					
CAMPANYA	Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (recurrents, per exemple: 8M, fires, 15N, etc.)	03_03_02																																					
TÀCTICA	Articulació al web municipal d'un apartat amb tota la informació rellevant pels mitjans de comunicació	03_02_02																																					
TÀCTICA	Creació d'un apartat específic al web municipal sobre la "marca Esparreguera"	03_03_05																																					
TÀCTICA	Elaboració de dossiers, notes i convocatòries així com l'organització d'actes dirigits a la premsa	03_02_01																																					
ORGANITZACIÓ	Sistematització de comunicacions de forma periòdica a través de notes de premsa o esmorzars de treball	03_01_01																																					
CAMPANYA	Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (extraordinaris, per exemple: civisme, vila de teatre)	03_03_03																																					
CAMPANYA	Creació d'una campanya de difusió de la "marca Esparreguera" als mitjans de comunicació	03_03_04																																					
TÀCTICA	Monitorització de la presència d'Esparreguera i dels seus responsables polítics als mitjans de comunicació i xarxes socials	03_02_03																																					
EIX 4 - VERTEBRACIÓ DE LA COMUNICACIÓ INTERNA DE L'AJUNTAMENT D'ESPARREGUERA																																							
PROJECTE	Establiment de les polítiques de comunicació interna: objectius, destinataris, activitats, canals i responsables	04_01_01																																					
PROJECTE	Evolució de la intranet municipal	04_02_01																																					
ORGANITZACIÓ	Coordinar una trobada presencial mensual de 20 minuts per explicar de forma conjunta els projectes que es desenvolupen a l'Ajuntament	04_03_01																																					
TÀCTICA	Creació d'un butlletí electrònic intern	04_02_02																																					
TÀCTICA	Habilitar un espai per a dipositar suggeriments de tota mena per part de la plantilla de l'Ajuntament	04_03_02																																					
TÀCTICA	Habilitar un espai a la intranet municipal per a donar a conèixer els diferents serveis municipals principals i professionals implicats	04_03_03																																					



Prioritat 1

Prioritat 2

Prioritat 3



3. Priorització

A partir de les dues categoritzacions de les accions (en base eixos i calendarització), s'estableixen 3 prioritats de les accions determinades per la data d'inici de cadascuna d'elles:

- Prioritat 1: accions que han de començar el seu desenvolupament aquest 2020
- Prioritat 2: accions que han de començar a desenvolupar-se a partir del 2021
- Prioritat 3: accions que han de començar a desenvolupar-se a partir del 2022

Les accions estan endreçades pel següent criteri: Prioritat > Eix > Tipologia.

Prioritat 1

Hi ha **un total d'11 accions**:

- Eix 0: Vertebració organitzativa del departament de Comunicació
 - Millora de la formació del personal del Departament de Comunicació
 - Establiment de circuits i processos de comunicació per a assegurar que la informació dels serveis municipals es difon
 - Creació d'un Consell de Comunicació Municipal
- Eix 1: Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament
 - Establiment d'una estratègia de canals de comunicació municipals
 - Definició de continguts, la periodicitat i els canals a utilitzar per a donar suport al desplegament de l'administració electrònica
 - Elaboració d'una guia de comunicació per a les xarxes socials corporatives
 - Adequació del portal web de l'Ajuntament
 - Millora del disseny de la programació per optimitzar el tractament periodístic de les informacions
 - Coordinació permanent amb els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica
- Eix 2: Creació i impuls de nous canals de comunicació
 - Obertura i manteniment d'un butlletí municipal en format digital
- Eix 3: Millora de la presència d'Esparraguera en els mitjans de comunicació de referència



- Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes i mitjans de comunicació

Les accions emmarcades a la prioritat 1 van directament relacionades amb actuacions que són necessàries i urgents a portar-se a terme per començar a desenvolupar una correcta comunicació a l'Ajuntament. També son accions encaminades a començar a establir protocols i procediments de treball per regular, en un futur, totes les accions de comunicació municipal.

Prioritat 2

Hi ha **un total de 19 accions**:

- Eix 0: Vertebració organitzativa del departament de Comunicació
 - Redacció d'un Pla de Comunicació de crisi
 - Millora de la informació sobre el Departament de Comunicació al web de l'Ajuntament
 - Establiment d'un calendari de sessions formatives sobre aspectes relacionats amb la comunicació municipal
- Eix 1: Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament
 - Definició i posada en marxa d'un sistema d'anàlisi i seguiment de l'activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials
 - Definició d'un llibre d'estil de Ràdio Esparreguera
 - Ampliació de la freqüència radiofònica de Ràdio Esparreguera
 - Activació del web i app de l'emissora nodrint-les de notícies diàriament i millorant la segmentació i categorització dels podcasts
- Eix 2: Creació i impuls de nous canals de comunicació
 - Obertura i manteniment regular de canals de missatgeria instantània (Whatsapp o Telegram) per a comunicacions urgents o de contingència amb la ciutadania
 - Obertura i manteniment regular d'un compte a Instagram per arribar a un públic més jove
 - Obertura i manteniment regular d'un canal digital de notícies d'Esparreguera a través de plataformes web i app
 - Obertura de manera regular d'espais de participació ciutadana a través del portal DECIDIM



- Incorporar un apartat extens d'informació al web de l'Ajuntament sobre els diferents grups polítics amb representació al consistori
- Obertura d'un espai de comunicació directe, dins del web municipal, per a cada grup polític i cada regidor/a
- Eix 3: Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència
 - Establiment d'una graella de línies editorials (continguts) per a cada un dels canals
 - Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets
 - Articulació al web municipal d'un apartat amb tota la informació rellevant pels mitjans de comunicació
 - Creació d'un apartat específic al web municipal sobre la "marca Esparreguera"
 - Elaboració de dossiers, notes i convocatòries així com l'organització d'actes dirigits a la premsa
 - Sistematització de comunicacions de forma periòdica a través de notes de premsa o esmorzars de treball

Les accions de prioritat 2, van enfocades a articular tots els projectes, canals i documents de valor afegit de manera que aconseguim un pas més en la comunicació municipal. Serà en aquesta fase quan realment es començaran a veure els resultats de la feina feta i, per tant, començarà a arribar a més població, donant-li també resposta a totes les seves necessitats.

Prioritat 3

Hi ha **un total de 16 accions**:

- Eix 1: Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament
 - Desplegament de nous formats audiovisuals
- Eix 2: Creació i impuls de nous canals de comunicació
 - Obertura i manteniment regular de canal de vídeos a YouTube
 - Obertura i manteniment regular d'un butlletí municipal en suport paper
 - Crear una campanya de comunicació per a promocionar tots els canals de comunicació municipals



- Aprofitar el contacte amb la ciutadania per a fer-los conèixer els diferents canals de comunicació públics
- Elaborar un decàleg de bones pràctiques d'aplicació vinculant a tots els canals municipals
- Establir trobades periòdiques amb públics concrets
- Eix 3: Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència
 - Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets
 - Creació d'una campanya de difusió de la "marca Esparreguera" als mitjans de comunicació
 - Monitorització de la presència d'Esparreguera i dels seus responsables polítics als mitjans de comunicació i xarxes socials
- Eix 4: Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera
 - Establiment de les polítiques de comunicació interna: objectius, destinataris, activitats, canals i responsables
 - Evolució de la intranet municipal
 - Coordinar una trobada presencial mensual de 20 minuts per explicar de forma conjunta els principals projectes que es desenvolupen a l'Ajuntament
 - Creació d'un butlletí electrònic intern
 - Habilitar un espai per a dipositar suggeriments de tota mena per part de la plantilla de l'Ajuntament
 - Habilitar un espai a la intranet municipal per a donar a conèixer els diferents serveis municipals i professionals implicats

Aquestes accions van encaminades a treure el màxim profit de totes les accions portades a terme en les prioritats 1 i 2 i, per tant, a treure'n resultats de forma exponencial. També a donar resposta a les necessitats concretes dels treballadors de l'Ajuntament i tot el que fa referència a la comunicació interna.



4. Desglossament del pla d'acció

En total s'han treballat 50 accions, per bé que només s'ha desenvolupat una fitxa per a 46 d'elles. Les quatre restants no s'han desenvolupat perquè es desenvoluparan a la fase 4 d'aquest Pla de Comunicació, en l'apartat del model organitzatiu de l'Ajuntament per al Departament de Comunicació, en el qual es definirà tota l'estructura nova i futura del departament.

Per a cada tipologia d'acció del Pla d'Acció s'han definit unes fitxes que detallen diferents paràmetres que ajuden a detallar i dimensionar perfectament cada acció. Aquests són els paràmetres que s'han tingut en compte per a cada tipologia d'acció:

	CANAL	CAMPANYA	FORMACIÓ	PROJECTE	TÀCTICA	ORGANITZACIÓ
TIPOLOGIA						
CODIFICACIÓ						
ACCIÓ						
DESCRIPCIÓ						
OBJECTIU						
PRIORITAT						
PÚBLIC						
INICI						
TEMPORALITAT						
LÍNIES EDITOR.						
CENTRE						
CURSOS						
FREQÜÈNCIA						
RESPONSABLE						
PROF.						
DEDICACIÓ						
IMPLEMENTACIÓ						
COST						
INDICADORS						
EIX DE TREBALL						
OPORTUNITAT						
ACCIONS REL.						

Les següents accions que tot seguit es desenvolupen s'estructuren segons la prioritat de:

PRIORITAT > EIX > TIPOLOGIA > CRONOLOGIA



Acció 1

Millora de la formació del personal del Departament de Comunicació

Eix de treball	0.Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_02_02					
Descripció	Formar a l'equip de Comunicació en les principals habilitats comunicatives que hauran de fer front. Elaborar Pla de Formació concret per a assolir uns nivells formatius adequats en un període de temps curt.					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2020					
Temporalitat	Permanent					
Centre de formació	<ul style="list-style-type: none"> - Col·legi de Periodistes de Catalunya - Diputació de Barcelona - Associació Catalana de Municipis - Federació de Municipis de Catalunya - Escola d'Administració Pública de Catalunya - Universitat Pompeu Fabra, UAB, UB, Blanquerna 					
Cursos recomanats	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicació a les xarxes socials - Storytelling - Gestió d'un gabinet de comunicació - Comunicació de crisi - Disseny gràfic aplicat a les xarxes socials (infografies...) - Internet social des de la perspectiva de l'administració - Comunicació radiofònica i audiovisual (petites càpsules de vídeo) - Periodisme especialitzat en comunicació local - Relació amb els mitjans de comunicació locals/comarcals/nacionals 					
Responsable	Cap de Recursos Humans					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'hores de formació realitzades - Nombre d'hores de formació per treballador realitzades - Percentatge de millora en l'avaluació de competències descrites en el lloc de treball 					
Accions relacionades	01_02_13 – Desplegament de nous formats audiovisuals					



Acció 2

Establiment de circuits i processos de comunicació per a assegurar que la informació dels serveis municipals es difon

Eix de treball	0.Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_02_04					
Descripció	Articulació de sistemes per compartir i vehicular informació des de ls diferents serveis i centres gestors municipals al departament de Comunicació per a facilitar la seva publicació i difusió efectiva entre la ciutadania.					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2020					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Mensual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació			2 hores/setmana 5 hores/setmana		
Forma implementació	- Reunió mensual de coordinació - Calendari de treball compartit - Correu electrònic - Unitats de xarxa per compartir documents					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Número de reunions realitzades anualment - Número d'assistents a cada reunió - Número d'informacions compartides - Número d'informacions publicades					
Accions relacionades	03_03_01 – Línies editorials per cada un dels canals					



Acció 3

Creació d'un Consell de Comunicació Municipal

Eix de treball	0. Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Establir mecanismes externs de control i seguiment de l'activitat de la comunicació municipal					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_03_01					
Descripció	<p>Definir i aprovar la missió, composició i funcionament del Consell Municipal de Comunicació d'Esparreguera (CMCE). Aquest serà un òrgan de consulta i assessorament en qualsevol aspecte del funcionament i programació dels canals de comunicació municipals. Aquest òrgan ha de vetllar perquè es compleixin les línies editorials fixades per cada un dels canals; entre ells la garantia de processos participatius, l'exposició plural d'opinions, el respecte a la diversitat, etc.</p> <p>La composició del CMCE ha d'ésser configurat per:</p> <ul style="list-style-type: none"> -1 representant de les associacions de veïns -1 representant per les entitats esportives -1 representant per les entitats socioculturals -1 representant de l'associació de comerciants -1 representant de les associacions i/o entitats juvenils -El cap de comunicació de l'Ajuntament -1 representant per cada mitjà de comunicació social de titularitat municipal (haurà de ser director, coordinador, gerent o responsable del mitjà) -4 persones coneixedores dels mitjans de comunicació (periodistes o persones de rellevància professional, cultural o social) designades pel Ple de la Corporació. <p>Les formes, els mitjans i els procediments de participació que les corporacions estableixin en l'exercici de la seva potestat d'autoorganització no poden en cap cas disminuir les facultats de decisió que corresponen als òrgans representatius.</p>					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2021					
Temporalitat	Permanent. Reunió trimestral.					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació				30 hores 20 hores	
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Cap de comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Responsables de cada mitjà local				5 hores/Consell 2 hores/Consell 5 hores/Consell	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	



Indicadors d'èxit	- Constitució efectiva del Consell Municipal de la Comunicació a Esparreguera - Posada en funcionament i vigència
Accions relacionades	01_04_01 – Implantació administració electrònica



Acció 4

Redacció d'un Pla de Comunicació de crisi

Eix de treball	0.Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_02_01					
Descripció	<p>Elaborar un Pla de Comunicació de Crisi. El Pla hauria de contemplar, al menys, els següents apartats:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Què entenem per comunicació de crisi - Fases d'una crisi i fases en la gestió de la comunicació - Canals i accions de comunicació segons fases de la crisi - Detall de protocols i fluxos de comunicació - Organització interna de gestió, coordinació i comunicació - Portaveus: designació, funcions i presència pública - La relació amb els mitjans i la premsa - Guia bàsica de què fer i què no fer abans, durant i després de la crisi 					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2021					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Responsables polítics 				40 hores	40 hores
					15 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Realització efectiva del manual - Difusió entre persones implicades - Model de gestió de crisis aprovat per Junta de Govern 					



Acció 5

Millora de la informació sobre el Departament de Comunicació al web de l'Ajuntament

Eix de treball	0.Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_02_03					
Descripció	Desenvolupar un espai al web municipal que concentri tota la informació relacionada amb la comunicació municipal: imatge corporativa, CMCE, Ràdio Esparreguera, recursos per a periodistes, xarxes socials, organització i contacte. L'objectiu és mostrar tots els serveis de comunicació municipals actius, compartir criteris i mesures organitzatives que en garanteixen la pluralitat i la qualitat i compartir eines i recursos per a que la presència de l'Ajuntament als mitjans de comunicació aliens sigui l'òptima des del punt de vista de la imatge i el discurs corporatiu.					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2021					
Fi	Juny 2021					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació				20 hores 20 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espai de Comunicació creat i publicat efectivament al web municipal - Nombre de visites rebudes des de la seva publicació					
Accions relacionades	01_02_01 – Adequació del portal web de l'Ajuntament 03_02_01 – Elaboració documentació per la premsa 03_02_02 – Documentació al web pels mitjans de comunicació					



Acció 6

Establiment d'un calendari de sessions formatives sobre aspectes relacionats amb la comunicació municipal

Eix de treball	0. Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar el seu posicionament i visibilitat dins i fora de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	00_02_05					
Descripció	Organització de diverses sessions informatives des del departament de comunicació a la resta de departaments de l'Ajuntament (tant tècnics com polítics) per a millorar els circuits informatius, els criteris de què s'ha de comunicar i què no, com s'han de portar a terme les campanyes i la seva importància per fer arribar el missatge a la població, com estimular la participació ciutadana a través de la comunicació, com fer ús dels diferents canals municipals i de quina manera n'han de ser part activa.					
Objectiu	Estructurar i organitzar el Departament de Comunicació					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2021					
Temporalitat	Permanent, periodicitat bimensual					
Centre de formació	El propi departament de Comunicació de l'Ajuntament					
Cursos recomanats	<ul style="list-style-type: none"> - De l'informe del servei a la informació ciutadana - Atenció ciutadana des de xarxes socials - La comunicació en els processos de participació ciutadana - La comunicació com a factor d'excel·lència en els serveis - Les xarxes socials a l'administració - La promoció d'activitats i serveis 					
Responsable	Cap de Comunicació					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Noves propostes d'accions de comunicació a portar a terme - Nombre de trobades realitzades - Nombre d'assistents a cada trobada 					
Accions relacionades	04_01_01 – Polítiques de comunicació interna 04_03_01 – Trobada presencial mensual					



Acció 7

Establiment d'una estratègia de canals de comunicació municipals

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_01_01					
Descripció	Disposar d'una estratègia comunicativa per a saber com s'han d'utilitzar cada un dels canals de comunicació municipals de manera de definim públic, periodicitat, llenguatge, etc... per a cada un d'ells. Ha de ser la pauta general d'utilització de cada un dels canals per tal de saber què comunicar, quan i com en cada un d'ells.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2020					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació - Tècnics de Comunicació - Agència externa				10 hores	50 hores A valorar
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Realització efectiva de l'estratègia de canals - Nombre de queixes rebudes per la utilització dels mitjans de comunicació					
Accions relacionades	01_02_09 – Llibre d'estil de la Ràdio Esparreguera 01_02_11 – Guia de comunicació per a les xarxes socials 01_03_01 – Desplegament de l'administració electrònica 02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 03_03_01 – Graella de línies editorials					



Acció 8

Definició dels continguts, la periodicitat i els canals a utilitzar per a donar suport al desplegament de l'administració electrònica

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Establir una línia de comunicació permanent en els diferents canals institucionals per donar suport al desplegament de l'administració electrònica					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_03_01					
Descripció	<p>Document que desglossi les principals accions de cara a donar a conèixer a la ciutadania totes les eines disponibles per a l'administració electrònica i facilitar al màxim la relació amb l'Ajuntament i la realització dels tràmits. Caldrà tenir en compte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El calendari anual de tràmits - Els canals de gestió - Els processos de tramitació - Els referents interns en cada àmbit de gestió - Informació i continguts de suport i acompanyament 					
Objectiu	Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2020					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Cap de l'OAC - Cap de Sistemes - Tècnica d'Administració General 				20 hores	20 hores
					5 hores	5 hores
					5 hores	5 hores
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	Model de comunicació efectivament definit, aprovació del mateix, i difusió interna					
Accions relacionades	01_04_01 – Coordinació amb els diferents departaments					



Acció 9

Elaboració d'una guia de comunicació per a les xarxes socials corporatives

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_11					
Descripció	<p>Disposar d'un document de referència i una eina de suport per a totes aquelles persones que participen activament en la gestió de la presència digital i en la dinamització de l'activitat de l'Ajuntament d'Esparreguera a les xarxes socials (XXSS). En definitiva és el llibre d'estil que marca el full de ruta per a totes les iniciatives de l'Ajuntament a la xarxa. Aquest document ha de constar de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipus de comportament que ha de tenir l'Ajuntament en vers les XXSS - Crear i mantenir els comptes - Quin tipus d'informació publiquem - Emissors de continguts - Línies editorials - Participació i interacció - Protocol en la gestió de comentaris - Recomanacions, procediments i requisits - Regles a tenir en compte en les converses a les xarxes - Tècniques d'escolta activa - Dinamització dels comptes 					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Desembre 2020					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Responsables de l'OAC 				20 hores	40 hores
					10 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	Elaboració efectiva del document, aprovació i difusió del mateix					
Accions relacionades	03_03_01 – Graella de línies editorials					
	01_02_12 – Sistema d'anàlisi i seguiment de les xarxes socials					



Acció 10

Adequació del portal web de l'Ajuntament

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Definir el rol de cada mitjà de comunicació, responsable i l'estil de cadascun d'ells per a donar resposta a les demandes dels diferents públics					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_01					
Descripció	Analitzar tots els apartats del web municipal de manera que estigui tota la informació adequada. Seguir els estàndards de transparència, accessibilitat i informació de cara a la ciutadania com a ens local. Fer que sigui una web adaptada a les noves tendències d'ús dels canals digitals.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2020					
Fi	Juny 2021					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - Tècnic informàtic - Caps de servei de les diferents àrees 				<ul style="list-style-type: none"> 90 hores 120 hores 70 hores 90 hores 10 hores 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nous continguts publicats al web municipal - Nombre de visites a cadascun dels apartats del web - Número de queixes per dificultats en l'accés a la informació web - Premi AOC pel web municipal 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 00_02_03 – Millora informació Departament de Comunicació al web 02_03_01 – Incorporació apartat sobre grups polítics 02_03_02 – Espai de comunicació directa dels grups polítics 03_02_02 – Informació pels mitjans de comunicació 					



Acció 11

Millora del disseny de la programació per optimitzar el tractament periodístic de les informacions

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_10					
Descripció	Ajust de la graella de programació amb participació del personal propi de l'emissora municipal per tal de distribuir òptimament les dedicacions entre les emissions en directe, la tasca de producció i l'elaboració de continguts i guions per als diferents canals de difusió. Pot implicar variacions en la durada de programes i/o variacions en la presència del personal durant les emissions en directe per tal d'ajustar els recursos propis disponibles a les diferents necessitats de comunicació de l'emissora.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Setembre 2020					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Diària					
Responsable	Director de Ràdio Esparreguera					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació			1,5 hores/setmana		
	- Director de Ràdio Esparreguera			3 hores/setmana		
	- Locutor Redactor			1,5 hores/setmana		
	- Locutor Redactor Auxiliar			1,5 hores/setmana		
	- Tècnic de Ràdio			1,5 hores/setmana		
	- Tècnic Auxiliar de Ràdio			1,5 hores/setmana		
Implementació	Proposta de nova graella					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Nova graella efectivament acordada i implementada - Organització efectiva del personal amb capacitat per gestionar la programació i els diferents canals de comunicació de l'emissora					
Accions relacionades	01_03_01 – Suport desplegament administració electrònica					



Acció 12

Coordinació permanent amb els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Establir mecanismes de coordinació amb el públic intern (OAC, Sistemes d'Informació, Govern Obert, Secretaria i Centres Gestors) per assegurar que la informació es fa arribar a la ciutadania de manera òptima.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_04_01					
Descripció	Establiment d'una trobada periòdica entre el departament de Comunicació i els departaments de l'Ajuntament més directament en la implantació de l'administració electrònica: Sistemes d'Informació, Secretaria, l'OAC i Planificació i Govern Obert. L'Objectiu és compartir i prioritzar les informacions i tràmits que en cada moment és necessari facilitar a la ciutadania la seva relació amb l'Ajuntament.					
Objectiu	Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2020					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Mensual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació			2 hores/mes		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			2 hores/mes		
	- Cap de l'OAC			2 hores/mes		
	- Cap de Sistemes			2 hores/mes		
	- Tècnica d'Administració General			2 hores/mes		
	- Tècnic de Planificació			2 hores/mes		
Implementació	Reunió mensual de coordinació					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Número de reunions realitzades anualment - Número d'informacions publicades - Increment del tràfic al web de tràmits					
Accions relacionades	01_03_01 – Desplegament de l'administració electrònica					



Acció 13

Definició i posada en marxa d'un sistema d'anàlisi i seguiment de l'activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_12					
Descripció	<p>Es proposa crear un model de monitoreig de la presència i activitat de l'Ajuntament a les xarxes socials per tal d'obtenir informació sobre l'impacte dels seus missatges i el nivell de fidelització de les seves audiències. El seguiment pot fer-se des de plataformes especialitzades o bé a través d'un quadre de comandament específic que reculli, per a cada xarxa, paràmetres com ara:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nous seguidors al canal - Nombre de publicacions - Audiència assolida - Interaccions assolides - Tràfic cap a altres canals - Millor hora/dia per publicar - Publicacions amb més interacció - Publicacions amb menys interacció 					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Setembre 2021					
Temporalitat	Permanent					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació			<u>CREACIÓ:</u> 20 hores 30 hores		
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Cap de comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació			<u>FUNCIONAMENT:</u> 3 hores/setmana 4 hores/setmana		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<u>CREACIÓ:</u> - Definició i articulació efectiva del sistema de seguiment					
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Nombre de nous seguidors a les XXSS - Nombre de publicacions realitzades - Audiència impactada - Nombre d'interaccions a les XXSS - Nombre de retorn orgànic als cercadors (posicionament)					



Accions relacionades	03_02_03 – Monitorització de la presència d'Esparreguera a les XXSS 01_02_11 – Guia de comunicació per les XXSS
-----------------------------	--



Acció 14

Definició d'un llibre d'estil de Ràdio Esparreguera

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_09					
Descripció	<p>Disposar d'un document que contingui un recull de directrius i recomanacions que guien i orienten la feina de producció i difusió dels continguts de la ràdio d'Esparreguera. Aquest document detalla la base del compromís de servei públic en l'àmbit de la comunicació local en un entorn multimèdia, interactiu i digital.</p> <p>Estarà format per 3 elements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guia editorial: on es formulen els valors i els principis de funcionament de la ràdio. - Manual d'ús: on s'hi inclou els criteris de producció o difusió atenent les especificitats de les diferents plataformes amb què ens fem presents a la ciutadania (ràdio, xarxes, web, etc.). - Estil lingüístic: on s'expressen els criteris lingüístics de la ràdio. <p>Aquest llibre ha d'unificar criteris de tots els professionals que hi treballen i presentar un model de comunicació compartit que garanteixi un nivell de qualitat del mitjà i definir un model de llengua plural, entenedor i dinàmic.</p>					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2021					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Director Ràdio Esparreguera					
Professionals implicats	<u>CREACIÓ:</u> - Director de Ràdio Esparreguera - Departament de comunicació / ràdio			<u>CREACIÓ</u> 60 hores 15 hores		
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Director de Ràdio Esparreguera - Redactor/a, locutor/a de Ràdio - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació			<u>FUNCIONAMENT:</u> 40 hores 20 hores 10 hores 10 hores		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	Elaboració efectiva del document, aprovació i difusió del mateix					



Acció 15

Ampliació de la freqüència radiofònica de Ràdio Esparreguera

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_07					
Descripció	Analitzar les zones a on no arribar la freqüència de Ràdio Esparreguera de manera que pugui avaluar-se la resposta tècnica per a fer-la arribar a totes les zones habitades del terme municipal.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2021					
Fi	Març 2022					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació				15 hores	
	- Enginyer Municipal				25 hores	
	- Cap de Sistemes d'Informació				10 hores	
	- Director de Ràdio Esparreguera				15 hores	
	- Empresa externa tècnica (segons valoració)				(segons valoració)	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Zona de cobertura efectivament ampliada - Nombre de noves llars que poden sintonitzar Ràdio Esparreguera - Nombre de nous oients 					



Acció 16

Activació del web i app de l'emissora nodrint-les de notícies diàriament i millorant la segmentació i categorització dels podcasts

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_08					
Descripció	<p>Adequar el web de Ràdio Esparreguera per a que aquest disposi de tota la informació i la plataforma adient de cara a tots els seus públics. Elements importants a tenir en compte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nodrir-la amb informació actualitzada i categoritzada (urbanisme, medi ambient, eleccions, cultura, civisme, festes, etc...) amb actualització diària, a partir dels continguts generats pels serveis informatius - Segmentar els podcasts i atribuir-los etiquetes de manera que la gent pugui escoltar aquells temes que li interessin - Cercador de notícies i programes i audioteca - Graella de programació - Informació i podcasts per a cada programa - Ràdio en directe 					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2021					
Fi	Desembre 2021					
Responsable	Director de Ràdio Esparreguera					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Director de Ràdio Esparreguera - Cap de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - Redactor Locutor - Tècnic de Ràdio - Tècnic informàtic - Agència externa 				<ul style="list-style-type: none"> 80 hores 30 hores 20 hores 20 hores 20 hores 90 hores A valorar 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Millora del portal de Ràdio Esparreguera efectivament duta a terme - Nombre de posts escoltats - Nombre de visites al web de la ràdio - Nombre de nous oients a la ràdio - Nombre d'interaccions a les xarxes sobre la ràdio 					
Accions relacionades	<p>01_02_10 – Millorar el disseny de la programació</p> <p>01_02_13 – Desplegament de nous formats audiovisuals</p>					



Acció 17

Desplegament de nous formats audiovisuals

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Modernitzar els canals de comunicació municipals per adaptar-los a noves tendències d'ús					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	01_02_13					
Descripció	Utilització de formats audiovisuals a l'hora de donar sortida a les informacions diàries relacionades amb les diferents línies editorials establertes. Parlem de banners, infografies, videos i petits clips animats per a difondre des del web municipal i les plataformes de difusió a les xarxes socials.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Director de Ràdio Esparreguera - Redactor Locutor - Tècnic de Ràdio - Cap de Sistemes d'Informació			<u>CREACIÓ:</u> 4 hores 4 hores 2 hores 2 hores 4 hores 4 hores		
	<u>MANTENIMENT:</u> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Director de Ràdio Esparreguera - Redactor Locutor - Tècnic de Ràdio			<u>MANTENIMENT:</u> 4 hores/setmana 8 hores/setmana 2 hores/setmana 2 hores/setmana 4 hores/setmana		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Increment de visites al web - Increment de l'audiència a xarxes socials - Increment de visualitzacions en informacions compartides - Increment de la interacció aconseguida					
Accions relacionades	00_02_02 – Formació del personal del Departament de Comunicació 01_02_01 – Adequació del portal web de l'Ajuntament 01_02_08 – Activació del web i app de Ràdio Esparreguera 03_03_01 – Graella de línies editorials					



Acció 18

Obertura i manteniment d'un butlletí municipal en format digital

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1			2		3
Codificació	02_01_06					
Descripció	<p>Creació d'un butlletí mensual amb informació específica dels temes municipals. En aquest cas, centrarem la informació des de la vessant municipal i explicant tots els projectes que es porten a terme. Es donarà espai pels grups polítics, pels òrgans de govern i acords presos, per projectes que tenen a veure amb el futur d'Esparreguera, etc... La seva publicació serà trimestral i parlem d'una extensió aproximada de 24 pàgines.</p> <p>Tots els butlletins hauran de regir-se per una mateixa extensió i composició basada en: editorial política, projecte principal o destacat, notícies curtes d'àmbits diferents centrats en el poble, les persones, les entitats, etc... també espai per a informar de temes concrets de l'àmbit municipal (ordenances, pressupostos, mocions aprovades, etc... que permetin apropar la gestió de l'Ajuntament als ciutadans), espai per a una entrevista en profunditat i el baròmetre polític amb espai pels diferents grups polítics. Ha d'utilitzar un llenguatge formal però dinàmic i que sigui agradable a la vista. Amb texts curts però amb informació qualitativa.</p>					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Setembre 2020					
Fi	Mensual					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Notícies, fites aconseguides i grans acords - Campanyes de sensibilització - Tràmits amb l'administració (terminis de subvencions, de gestió de tributs, - Avisos: informació de servei i incidències, nous horaris, etc. - Oferta de lleure i entreteniment al municipi (esdeveniments i agenda cultural) - Ofertes laborals 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - 2 Tècnics Auxiliars de Comunicació 				<ul style="list-style-type: none"> 1 hora/setmana 1 hora/setmana 2 hores/setmana 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de subscriptors - Nombre de butlletins elaborats - Enquesta de satisfacció 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Formació del personal del Departament de Comunicació 01_02_01 – Adequació portal web Ajuntament 01_02_08 – Web i app Ràdio Esparreguera 01_02_13 – Nous formats audiovisuals 					



Acció 19

Obertura i manteniment regular de canals de missatgeria instantània (Watsapp o Telegram) per a comunicacions urgents o de contingència amb la ciutadania

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_01_02					
Descripció	<p>Oferir als usuaris del servei d'atenció ciutadana (i en extensió a tots els ciutadans d'Esparreguera) un nou canal per a relacionar-se amb l'Ajuntament i estar informat de les principals notícies, esdeveniments i informacions d'alt valor de servei i que poden resultar d'interès pel ciutadà. Es tracta d'una via de comunicació directa i unidireccional entre l'administració local i la ciutadania. Els seguidors d'aquest canal municipal rebran diàriament als seus telèfons mòbils els continguts que hauran de regir-se per un interès local, informació de servei públic o avisos d'última hora que la població hagi de conèixer. També hi ha la possibilitat d'obrir el canal a donar resposta a peticions concretes, les quals poden resoldre's en horari d'OAC o en qualsevol hora (segons disponibilitat de personal); en tot cas, aquesta possibilitat podria entrar en una segona fase.</p> <p>A nivell de continguts també caldrà utilitzar formats amb infografies i treballs visuals més elaborats que simplement contingut en text.</p>					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2021					
Temporalitat	Permanent					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Notícies, fites aconseguides i grans acords - Campanyes de sensibilització - Tràmits amb l'administració (terminis de subvencions, de gestió de tributs, - Avisos: informació de servei i incidències, nous horaris, etc. - Oferta de lleure i entreteniment al municipi (esdeveniments i agenda cultural) - Ofertes laborals 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<u>CREACIÓ:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - Cap d'Atenció Ciutadana - Cap de Planificació - Caps de servei de l'Ajuntament 			<u>CREACIÓ:</u> <ul style="list-style-type: none"> 5 hores 5 hores 4 hores 5 hores 5 hores 2 hores 		
	<u>FUNCIONAMENT:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació 			<u>FUNCIONAMENT:</u> <ul style="list-style-type: none"> 2 hores a la setmana 		



	- Tècnic Auxiliar de Comunicació	4 hores a la setmana
Cost estimat	< 5.000 € anuals	5.000 – 10.000€ anuals > 10.000 euros anuals
Indicadors d'èxit	- Nombre de seguidors al canal - Nombre de informacions enviades (segregades per tipologia i departament i totals) - Enquesta de satisfacció	
Accions relacionades	02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Millora de la formació del Departament de Comunicació	



Acció 20

Obertura i manteniment regular d'un compte a Instagram per arribar a un públic més jove

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_01_03					
Descripció	Nou canal digital per ampliar l'espectre comunicatiu a les xarxes, sobretot enfocat als més joves. Un canal que potencia la imatge per sobre del text i en el qual s'hi ha de publicar continguts de l'activitat local i novetats del consistori. Es pretén potenciar la participació ciutadana, a més d'apropar la informació municipal a tots els nivells a través d'un canal informal i menys institucional. Estil formal però més desenfadat. Aquest canal ha de permetre una interacció amb l'audiència i ser un canal bidireccional en quant a comentaris que es produeixin. Aquest canal ha de permetre, també, que sigui la plataforma de participació dels joves en temes concrets que interessin a nivell municipal.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2021					
Temporalitat	Permanent					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Notícies sobre joventut, cultura i esports - Oferta de lleure i entreteniment al municipi (esdeveniments i agenda cultural) - Avisos: informació de servei i incidències, nous horaris, etc. - Ofertes laborals - Iniciatives específiques municipals per a joves 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - 2 Tècnics Auxiliars de Comunicació 				<ul style="list-style-type: none"> 1 hora / setmana 5 hores/ setmana 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de publicacions - Nombre de likes (mitjana de tots els continguts penjats) - Nombre de seguidors - Enquesta de satisfacció 					
Accions relacionades	02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Millora de la formació del Departament de Comunicació					



Acció 21

Obertura i manteniment regular d'un canal digital de notícies d'Esparreguera a través de plataformes web i app

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_01_04					
Descripció	Nou portal de notícies que té la funció de ser una eina informativa del municipi on hi tenen cabuda tots els formats que marquen la comunicació digital actual. En aquest sentit doncs, parlen d'un espai per a galeries fotogràfiques, vídeos i podcast sobre les notícies que fan referència del món municipal, però també aquelles notícies relacionades amb les entitats, els comerços, les empreses, etc... Han de conformar un medi informatiu complet que cobreixi tot el que passa al municipi. També s'hi poden desglossar reportatges o notícies amb més profunditat. ha de poder generar codis RSS per un seguiment de l'actualitat i ha d'estar directament relacionat amb tots els canals municipals disponibles. Un portal informatiu que centra el focus d'atenció en la informació no estrictament institucional, sinó global del municipi parlant de notícies sobre el que passa a Esparreguera, l'oferta de lleure, informació de serveis, etc. per tal de donar cabuda també a les campanyes comercials i la promoció de fires i festes locals. Finalment també ha de poder donar veu a les diferents sensibilitats polítiques de l'Ajuntament.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2021					
Temporalitat	Permanent					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Notícies (Cultura i Espectacles (52%), Seguretat Ciutadana (51%), Urbanisme (48%) i Medi Ambient (45%)) - Campanyes comercials i la promoció de fires i festes locals - Oferta de lleure i entreteniment al municipi (esdeveniments i agenda cultural) - Peces audiovisuals de promoció del municipi 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - 2 Redactors - 2 Tècnics Auxiliars de Comunicació 				<ul style="list-style-type: none"> 5 hores/ setmana 15 hores/ setmana 10 hores/ setmana 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de notícies publicades - Nombre de seguidors - Nombre de links relacionats (ens mencionen des d'altres plataformes) - Enquesta de satisfacció 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Millora de la formació del Departament de Comunicació 01_02_01 – Adequació del portal web 					



01_02_08 – Activació del web i app de l'emissora

01_02_13 – Nous formats audiovisuals



Acció 22

Obertura de manera regular, d'espais de participació ciutadana a través del portal DECIDIM

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Crear i mantenir espais permanents de participació ciutadana					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_04_01					
Descripció	Planificar un procés participatiu al trimestre (sobre temes diversos) de manera que la ciutadania pugui participar en afers del dia a dia de la seva ciutat. Es poden segmentar per barris o sobre temes concrets d'àrees. Aquesta plataforma ens ha de permetre desenvolupar accions com omplir una enquesta, després fer propostes, debatre-les en trobades presencials o virtuals, i finalment prioritzar-les amb l'objectiu de definir i prendre una decisió sobre un tema específic.					
Objectiu	Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2021					
Fi	-					
Responsable	- Cap de Planificació i Govern Obert					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Planificació				8 hores	
	- Tècnic de Planificació				20 hores	
	- Tècnics dels serveis municipals				40 hores	
	- Cap de Comunicació				8 hores	
	- Tècnic de comunicació				16 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de processos participatius posats en marxa - Nombre de participants a cada un dels processos participatius - Nombre d'interaccions amb la informació publicada als mitjans municipals - Nombre de comentaris a les xarxes socials - Nombre de mencions als mitjans de comunicació 					



Acció 23

Incorporar un apartat extens d'informació al web de l'Ajuntament sobre els diferents grups polítics amb representació al consistori

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_03_01					
Descripció	<p>Obrir un nou apartat al web on hi constin tots els grups polítics de l'Ajuntament, se'n desglossi els seus membres, les comissions que formen part, així com el CV i dades de contacte de cada un d'ells:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Telèfon - Adreça electrònica - Xarxes socials (si en té) - Agenda - Horaris per a cites presencials 					
Objectiu	Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2021					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació				10 hores	
	- Cap de Sistemes d'Informació				10 hores	
	- Portaveu de cada un dels grups polítics				2 hores	
	- Auxiliar Tècnic de Comunicació				10 hores	
	- Tècnic informàtic				10 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espais per a grups municipals efectivament creats					
	- Nombre de visites rebudes					
Accions relacionades	01_02_01 – Nou web municipal					
	02_03_02 – Espai de comunicació directe dins web municipal					



Acció 24

Obertura d'un espai de comunicació directe, dins del web municipal, per a cada grup polític i cada regidor/a

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_03_02					
Descripció	Aquest apartat es complementa amb l'anterior amb la posada a disposició de cada càrrec electe de diferents eines de comunicació directa amb la ciutadania. Inclouria un apartat per a penjar-hi directament ells informació concreta sobre temes que considerin d'interès a través d'un usuari i contrasenya restringits. També és important penjar-hi fotografies per a identificar-los; així com vincular continguts externs d'altres mitjans de comunicació.					
Objectiu	Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Novembre 2021					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació				4 hores	
	- Cap de Sistemes d'Informació				8 hores	
	- Portaveu de cada un dels grups polítics				8 hores	
	- Auxiliar Tècnic de Comunicació				4 hores	
	- Tècnic informàtic				8 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espais per a regidors/es efectivament creats - Nombre de publicacions per part de cada càrrec electe - Nombre de visites rebudes					
Accions relacionades	01_02_01 – Nou web municipal 02_03_01 – Nou apartat sobre els diferents grups polítics					



Acció 25

Obertura i manteniment regular de canal de vídeos a YouTube

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_01_02					
Descripció	Oferir als ciutadans d'Esparreguera un nou canal audiovisual a on trobar-hi informacions de diversa índole. Es tracta d'un canal a on poder retransmetre els plens municipals, per exemple, així com també activitats festives importants al municipi, peces turístiques, explicació de campanyes concretes, gravacions amb drons de zones concretes del municipi, suport comunicatiu de continguts que ja s'elaboren des de la ràdio, etc. Aquest canal ha de permetre connectar amb els ciutadans a través de posar a disposició una nova xarxa social i sumar-se a les ja existents.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Temporalitat	Permanent. Actualització mensual					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Retransmissions de les sessions d'òrgans col·legiats que siguin públics (plens), - Declaracions de l'alcalde o qualsevol altre regidor - Actes culturals rellevants - Campanyes informatives i/o de conscienciació - Peces audiovisuals de promoció del municipi 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - 2 Tècnics Auxiliars de Comunicació 				<ul style="list-style-type: none"> 1 hora / setmana 1 hora / setmana 4 hores / setmana 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de seguidors al canal - Nombre de peces audiovisuals penjades (segregades per tipologia i departament i totals) - Nombre de visualitzacions - Enquesta de satisfacció 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Formació del personal del Departament de Comunicació 					



Acció 26

Obertura i manteniment regular d'un butlletí municipal en suport paper

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Posar en marxa nous canals de comunicació que ens ajudin a donar resposta als objectius de comunicació i arribar a tots els sectors de la població					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_01_05					
Descripció	Aquest butlletí ha de ser el mateix que el que s'elabora en format online però haurà d'imprimir-se en paper per tal de poder-se distribuir a les cases i als equipaments municipals, així com també espais i/o zones centríques i habilitades. Al ser versió en paper permetrà una penetració molt més gran i arribar a totes les llars d'Esparreguera.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2023					
Fi	Trimestral					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Notícies (Cultura i Espectacles (52%), Seguretat Ciutadana (51%) , Urbanisme (48%) i Medi Ambient (45%)) - Campanyes comercials i la promoció de fires i festes locals - Oferta de lleure i entreteniment al municipi (esdeveniments i agenda cultural) - Peces audiovisuals de promoció del municipi 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - 2 Tècnics Auxiliars de Comunicació; - 2 Redactors 				<ul style="list-style-type: none"> 2 hores/setmana 4 hores/setmana 8 hores/setmana 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de butlletins impresos i repartits - Nombre d'edicions del butlletí realitzades - Nombre d'informacions mensuals publicades - Cost mensual/lector - Enquesta de satisfacció 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_01_04 – Canal digital de notícies d'Esparreguera 02_03_03 – Decàleg de bones pràctiques 00_02_02 – Formació del personal del Departament de Comunicació 					



Acció 27

Crear una campanya de comunicació per a promocionar tots els canals de comunicació municipals

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_02_02					
Descripció	<p>Per tal de donar a conèixer a la població els diferents canals de comunicació municipals caldrà fer una comunicació creuada durant uns mesos. L'objectiu serà donar a conèixer els diferents canals als públics que habitualment no accedeixen aquests canals.</p> <p>També caldrà explicar a cada un dels canals quina informació s'hi trobaran i la sistemàtica del mateix, de manera que focalitzem en cada un d'ells la informació que s'hi trobaran i quina periodicitat de publicació.</p> <p>En un segon escenari de la campanya, si veiem que hi ha poc increment de seguidors, es pot iniciar la campanya publicitària als canals, focalitzant molt el radi d'actuació al públic que ens interressi.</p>					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Temporalitat	Puntual. Durant 4 mesos					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Informació promocional d'un altre canal municipal - Informació sobre quina utilitat té aquell canal i què hi trobaran - Necessitat d'estar informat dels temes relacionats amb Esparreguera 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Cap de Sistemes d'Informació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Redactor/a Locutor/a - Tècnic/a de ràdio - Dissenyador gràfic 				<ul style="list-style-type: none"> 8 hores 2 hores 24 hores 3 hores 2 hores 16 hores 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'accions realitzades - Nombre de nous seguidors a cada canal - Increment de visites (tràfic) al web 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 01_02_01 – Nou web de l'Ajuntament 02_01_01 – Obertura de missatgeria instantània 02_01_02 – Canal de vídeos a YouTube 02_01_03 – Compte d'Instagram 02_01_04 – Canal digital de notícies 02_02_03 – Contacte amb la ciutadania 					



Acció 28

Aprofitar el contacte amb la ciutadania per a fer-los conèixer els diferents canals de comunicació públics

Eix de treball	2.Creació i impuls de nous canals de comunicació					
Oportunitat	Potenciar l'impacte dels actuals mitjans de comunicació municipals i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_02_03					
Descripció	Aprofitar els moments de contacte amb la ciutadania per a informar-los dels diferents canals disponibles per a accedir a la informació municipal, gaudir de serveis i realitzar tràmits. Pot acompanyar-se d'un petit flyer informatiu que, a mode d'infografia, permeti visualitzar l'ecosistema de mitjans de comunicació i la seva funció per a la ciutadania.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi.					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Personal de l'OAC - Personal amb contacte amb la ciutadania					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Increment d'usuaris als canals de l'Ajuntament - Reducció de consultes a l'OAC relacionades amb informació pública					
Accions relacionades	01_02_01 – Nou web municipal 02_02_02 – Campanya de comunicació per promocionar canals municipals					



Acció 29

Elaborar un decàleg de bones pràctiques d'aplicació vinculant a tots els canals municipals

Eix de treball	1. Millora dels canals de comunicació propis de l'Ajuntament					
Oportunitat	Mantenir un nivell d'informació adequat que faciliti la participació ciutadana					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_03_03					
Descripció	<p>Elaborar un decàleg de bones practiques de la comunicació local pública d'Esparreguera a través de la participació ciutadana i de tots els agents del municipi, que estigui moderat i coordinat per una entitat reglada com podria ser una universitat (per exemple, el Laboratori de Periodisme i Comunicació de la UAB).</p> <p>Aquest decàleg ha de permetre establir recomanacions sobre aspectes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quines informacions han de transmetre - Com s'ha d'informar - Quins han de ser les fonts de referència - Com incorporar la ciutadania en la comunicació pública - Equips tècnics i professionals necessaris - Òrgans de gestió - Finançament <p>Aquest decàleg hauria de ser aprovat pel Consell Municipal de Comunicació d'Esparreguera</p>					
Objectiu	Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2022					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Consell Municipal de Comunicació d'Esparreguera (CMCE) - Universitat associada 				<ul style="list-style-type: none"> 10 hores 20 hores 5 hores 10 hores 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovació del decàleg per part del CMCE - Publicació del decàleg als canals municipals 					
Accions relacionades	00_03_01 – Creació del Consell de Comunicació Municipal					



Acció 30

Establir trobades periòdiques amb públics concrets

Eix de treball	0. Vertebració organitzativa del departament de comunicació					
Oportunitat	Potenciar l'impacte dels actuals mitjans i establir-ne de nous que ajudin a capilaritzar els missatges entre totes les capes de població					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	02_02_01					
Descripció	Establir una dinàmica de relacions públiques amb associacions, col·lectius, entitats i líders d'opinió del municipi per tal de compartir les principals iniciatives de comunicació de l'Ajuntament, així com els missatges clau del seu posicionament públic, i rebre inputs sobre la percepció externa rebuda, necessitats i possibilitats de col·laboració.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2022					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Mensual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació - Personal de l'Ajuntament vinculat a cada àmbit temàtic quan s'escaigui			2 hores/trimestre N/A		
Forma implementació	Reunió mensual de coordinació					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Número de reunions realitzades anualment - Nivell de percepció sobre el posicionament de l'Ajuntament (enquesta)					
Accions relacionades	03_03_01 – Línies editorials per cada un dels canals					



Acció 31

Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes i mitjans de comunicació

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_01_02					
Descripció	Establiment de dos trobades l'any amb periodistes i mitjans de comunicació d'abast local, comarcal i nacional per a que l'alcalde despatxi en primera persona els temes d'interès al municipi. Es tractaria de trobades amb temàtica oberta i amb torn de paraula lliure per a tots els assistents, que també podrien fer entrevistes de manera individual. A través d'aquestes trobades es buscaria trobar un entorn de confiança i complicitat entre el govern municipal i els mitjans i periodistes assistents.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Setembre 2020					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Semestral					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats i nivell de dedicació	- Cap de Comunicació			6 hores/any		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			20 hores/any		
	- Alcalde			3 hores/any		
	- Auxiliar de protocol			6 hores/any		
Forma implementació	- Esmorzar de premsa					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Número d'esmorzars de premsa realitzats - Número de periodistes assistents a cada trobada - Número d'aparicions de l'Ajuntament d'Esparreguera a la premsa fruit d'aquestes trobades					
Accions relacionades	03_01_01 – Sistematització de comunicacions amb notes de premsa 03_02_01 – Elaboració de documentació per la premsa 03_02_02 – Informació al web pels MMCC					



Acció 32

Establiment d'una graella de línies editorials (continguts) per a cada un dels canals

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_03_01					
Descripció	Definir la tipologia de continguts i missatges específics que l'Ajuntament vol difondre des de cadascun dels canals de comunicació pública que gestiona. Cal establir-ne la varietat i periodicitat de temàtiques a les que es vol donar cabuda de manera recurrent per atendre tots els àmbits d'informació que es vol traslladar a la ciutadania, especialment aquells que tenen a veure amb els serveis públics, la cultura i els actius històrics i patrimonials de la vila.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2021					
Temporalitat	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació				8 hores	
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació				8 hores	
	- Cap de l'OAC				4 hores	
	- Tècnic de Cultura				4 hores	
	- Tècnic d'Arxiu				4 hores	
	- Tècnica de Turisme				4 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	Graella de línies editorials efectivament estructurada i compartida entre el departament de Comunicació i la resta de departaments implicats					
Accions relacionades	01_02_11 – Guia de comunicació per a les xarxes socials 01_03_01 – Desplegament de l'administració electrònica					



Acció 33

Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (recurrents, per exemple, 8M, fires, 15N, etc...)

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_03_02					
Descripció	Definir anualment quines són les campanyes que es volen portar a terme en funció de les necessitats concretes i les relacionades amb els objectius anuals de la Corporació Municipal. D'una banda, podem tenir campanyes d'interès general al voltant d'algun tema específic (neteja, seguretat, civisme, etc.) i, d'altra banda, podem impulsar campanyes per a fomentar elements patrimonials del municipi o per a fomentar activitats concretes com la Passió d'Esparreguera. A totes elles caldrà desenvolupar un claim, una imatge concreta de la campanya (disseny), així com un desplegament de la mateixa a través dels canals oficials de l'Ajuntament i els mitjans de comunicació.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2022					
Temporalitat	Esporàdica					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Atractius i avantatges de sumar-se a la campanya - Valor afegit per a la ciutadania - Valor afegit per Esparreguera 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Tècnics/ques de les àrees vinculades (cultura, consum, igualtat...) - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Dissenyador gràfic 				<ul style="list-style-type: none"> 4 hores / campanya 2 hores / campanya 8 hores / campanya 8 hores / campanya 	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de campanyes realitzades a l'any - Impacte (audiència) de les comunicacions a les xarxes socials - Reducció de queixes/reclamacions en cada àmbit 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_02_01 – Trobades periòdiques amb públics concrets 00_03_01 – Creació del Consell de Comunicació Municipal 01_02_01 – Nou portal web de l'Ajuntament 01_02_11 – Guia de comunicació per a les xarxes socials 01_02_13 – Nous formats audiovisuals 03_03_01 – Graella de línies editorials 					



Acció 34

Articulació al web municipal d'un apartat amb tota la informació rellevant pels mitjans de comunicació

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrarestar la comunicació informal.					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_02_02					
Descripció	Creació d'un apartat al web municipal on hi hagi tota mena de recursos per a periodistes i mitjans de comunicació: notes de premsa, dossiers especialitzats, recursos d'imatge corporativa, llibre d'estil corporatiu, etc. A banda, també seria l'espai per encabir-hi informació d'utilitat i interès sobre el municipi, com podrien ser les principals dades econòmiques i poblacionals, el pressupost de l'Ajuntament, la composició política (link a l'apartat corresponent), fotografies i recursos gràfics, etc.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2021					
Fi	Juny 2021					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de Comunicació - Tècnics Auxiliar de comunicació - Cap de Sistemes d'Informació				<u>CREACIÓ:</u> 4 hores 4 hores 4 hores	
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Cap de Sistemes d'Informació				<u>FUNCIONAMENT:</u> 2 hores/ setmana	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espai efectivament articulats i disponible al web - Nombre d'aparicions a la premsa					
Accions relacionades	01_02_01 – Nou portal web de l'Ajuntament 00_02_03 – Informació sobre del Departament de Comunicació al web					



Acció 35

Creació d'un apartat específic al web municipal sobre la "marca Esparreguera"

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_03_05					
Descripció	Descriure en un apartat web tot l' atractiu que engloba el municipi d'Esparreguera, de manera que la nodrim amb material descriptiu, audiovisual, gràfic, etc... i que sigui una eina de promoció turística, cultural, empresarial, etc. Ha de vehicular-se des d'una vessant general però atenent tots els aspectes "potencials" del municipi per atraure en accions de futur (inversors, nous negocis, més turisme, etc).					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2021					
Fi	Juny 2021					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació				4 hores	
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació				8 hores	
	- Tècnics de Cultura				16 hores	
	- Tècnic de Turisme				16 hores	
	- Tècnic d'Arxiu i Patrimoni				16 hores	
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espai efectivament articulats al web municipal - Nombre de visites rebudes - Nombre d'aparicions a la xarxa - Nombre de recursos utilitzats a mitjans de Comunicació					
Accions relacionades	01_02_01 – Nou portal web de l'Ajuntament					



Acció 36

Elaboració de dossiers, notes i convocatòries així com l'organització d'actes dirigits a la premsa

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrarestar la comunicació informal					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_02_01					
Descripció	Generació de dossiers i documentació especialitzada sobre els temes d'interès o actualitat al municipi per a distribuir entre mitjans de comunicació i periodistes. També articularem plantilles per a l'enviament de notes de premsa de forma sistemàtica, així com monogràfics dels principals projectes estratègics, del PAM d'aquesta legislatura o del Pla d'Inversions, per exemple. La finalitat és fer arribar als periodistes continguts d'alta qualitat i amb un avançat nivell d'elaboració per a la seva publicació i difusió a través dels diferents mitjans locals, comarcals i nacionals.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Setembre 2021					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			2 hores/ setmana		
	- Tècnics Auxiliar de comunicació			4 hores/ setmana		
	- Caps d'unitat vinculades segons la temàtica			4 hores per monogràfic		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Nombre de dossiers elaborats - Nombre de contactes fets amb mitjans - Nombre d'aparicions als mitjans de comunicació					
Accions relacionades	00_02_03 – Millora de la informació del departament al web municipal 03_01_01 – Sistematització d'informacions als MMCC 03_01_02 – Manteniment de contactes i sinèrgies amb els MMCC					



Acció 37

Sistematització de comunicacions de forma periòdica a través de notes de premsa o esmorzars de treball

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir i mantenir un contacte directe i recurrent amb els mitjans de comunicació					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_01_01					
Descripció	Establiment d'un contacte permanent amb periodistes i mitjans de comunicació d'abast local i comarcal per tal de fer-los arribar les notícies que es generen a diari des de l'Ajuntament. Poden establir-se, de manera complementària, trobades o reunions per a enfortir vincles i aprofundir en determinades qüestions que requereixen d'una major proximitat i complicitat.					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2021					
Temporalitat	Permanent					
Freqüència	Mensual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats	- Cap de Comunicació			3 hores/ mes		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			5 hores/ mes		
Implementació	- Enviament de notes de premsa - Trobades amb periodistes					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Número de notes de premsa distribuïdes anualment - Número de trobades amb periodistes realitzades anualment - Número d'aparicions de l'Ajuntament d'Esparreguera a la premsa comarcal					
Accions relacionades	03_01_02 – Manteniment de contactes i sinèrgies amb periodistes 03_02_01 – Elaboració de documentació pels MMCC 03_02_02 – Apartat al web amb tota la informació municipal					



Acció 38

Realització de campanyes de sensibilització sobre temes d'interès concrets (extraordinaris, per exemple: civisme, vila de teatre, patrimoni natural, etc)

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_03_03					
Descripció	Definir anualment quines són les campanyes que es volen portar a terme en funció de les necessitats concretes i les relacionades amb els objectius anuals de la Corporació Municipal. D'una banda, podem tenir campanyes d'interès general al voltant d'algun tema específic (neteja, seguretat, civisme, etc.) i, d'altra banda, podem impulsar campanyes per a fomentar elements patrimonials del municipi o per a fomentar activitats concretes com la Passió d'Esparreguera. A totes elles caldrà desenvolupar un claim, una imatge concreta de la campanya (disseny), així com un desplegament de la mateixa a través dels canals oficials de l'Ajuntament i els mitjans de comunicació.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Març 2022					
Temporalitat	Esporàdica					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Atractius i avantatges de sumar-se a la campanya - Valor afegit per a la ciutadania - Valor afegit per Esparreguera 					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			4 hores / campanya		
	- Tècnics/ques de les àrees vinculades (cultura, consum, igualtat...)			4 hores / campanya		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			8 hores / campanya		
	- Dissenyador gràfic			8 hores / campanya		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de campanyes realitzades a l'any - Impacte (audiència) de les comunicacions a les xarxes socials - Reducció de queixes/reclamacions en cada àmbit 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_02_01 – Trobades periòdiques amb públics concrets 00_03_01 – Creació del Consell de Comunicació Municipal 01_02_01 – Nou web de l'Ajuntament 01_02_11 – Guia de comunicació per a les xarxes socials 01_02_13 – Nous formats audiovisuals 03_03_01 – Graella de línies editorials 					



Acció 39

Creació d'una campanya de difusió de la "marca Esparreguera" als mitjans de comunicació

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Establir línies editorials orientades a posar en valor els actius socials, culturals i patrimonials del municipi i difondre de manera regular missatges que ajudin a fixar un sentiment d'identitat pròpia d'Esparreguera					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_03_04					
Descripció	Creació d'una campanya per a posicionar Esparreguera com a municipi atractiu a on viure, visitar-lo o gaudir-lo en companyia. Una campanya "engrescadora" per a donar visibilitat el seu potencial arreu de Catalunya. Cal elaborar-ne els formats en paper, digital (per les xarxes socials), radiofònic i audiovisual.					
Objectiu	Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2022					
Temporalitat	Puntual. Durant 3 mesos.					
Línies editorials	<ul style="list-style-type: none"> - Valor afegit per a la ciutadania - Valor afegit per Esparreguera - Crida a l'acció per visitar, promocionar i sentir orgull d'Esparreguera 					
Responsable	Departament de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			32 hores		
	- Tècnics/ques de les àrees vinculades (cultura, consum, igualtat...)			16 hores		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			48 hores		
	- Dissenyador gràfic			24 hores		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'inputs generats en els diferents canals - Impacte (audiència) de les comunicacions a les xarxes socials - Increment de la notorietat a internet 					
Accions relacionades	03_03_05 – Apartat específic al web sobre "marca Esparreguera"					



Acció 40

Monitorització de la presència d'Esparreguera i dels seus responsables polítics als mitjans de comunicació i xarxes socials

Eix de treball	3. Millora de la presència d'Esparreguera en els mitjans de comunicació de referència					
Oportunitat	Ser canal referent d'informació institucional, com a canal vehicular i per a contrarestar la comunicació informal					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	03_02_03					
Descripció	Activar diferents mecanismes per a observar i fer seguiment de la presència dels responsables polítics als mitjans de comunicació i xarxes socials. Pot fer-se a partir del model de medició articulat per a les xarxes socials de l'Ajuntament i, complementàriament, a través de sistemes de monitorització com Google Alerts o sistemes de medició a les xarxes (facebook insights, hootsuite, backtweets...).					
Objectiu	Difondre informació municipal i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris					
Públic	Ciudadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2022					
Fi	-					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de Comunicació - Tècnics Auxiliar de comunicació			<u>CREACIÓ:</u> 10 hores 15 hores		
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Cap de Comunicació - Tècnics Auxiliar de comunicació			<u>FUNCIONAMENT:</u> 2 hores a la setmana 4 hores a la setmana		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Sistema de monitorització efectivament implementat - Nombre de mencions a les xarxes i mitjans de comunicació					
Accions relacionades	01_02_12 – Seguiment de les xarxes socials de l'Ajuntament					



Acció 41

Establiment de les polítiques de comunicació interna: objectius, destinataris, activitats, canals i responsables

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_01_01					
Descripció	Establir un pla de comunicació interna perquè tota l'organització sigui conscient que totes les seves accions son susceptibles de ser comunicables i, per tant, d'aportar valor a l'organització tant interna com externament. Establir processos de transmissió d'informació / projectes / fites aconseguides perquè després el propi departament de comunicació en faci la difusió pertinent. Establir mecanismes de compartir informació qualitativa.					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Fi	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			40 hores		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			40 hores		
	- Cap de Recursos Humans			20 hores		
	- Tècnic de Recursos Humans			40 hores		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	Pla de Comunicació Interna formalment definit, aprovat i compartit a tota l'organització					
Accions relacionades	00_02_05 – Calendari de sessions formatives 04_02_01 – Intranet municipal					



Acció 42

Evolució de la intranet municipal

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_02_01					
Descripció	Conceptualitzar, dissenyar i implementar una nova intranet municipal, amb continguts, eines i espais de comunicació útils per al personal de l'Ajuntament. Establir un model d'actualització de continguts que permeti visibilitzar tant les comunicacions de Recursos Humans com les informacions del Comitè d'Empresa, i els recursos, projectes i iniciatives dels diferents departaments que vulguin compartir. Cal establir la vinculació entre la plataforma de comunicació interna (o intranet) i el portal de l'empleat i cal assegurar que es dona cabuda a espais de col·laboració entre els treballadors, espais de comunicació pública entre tots els treballadors i sistemes d'interacció entre les diferents iniciatives i aportacions. Seria rellevant també fer visibles els casos d'èxit i els projectes més rellevants de cada departament.					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2022					
Fi	Puntual					
Responsable	Cap de Comunicació					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			150 hores		
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació			150 hores		
	- Cap de Recursos Humans			50 hores		
	- Tècnic de Recursos Humans			100 hores		
	- Cap de Sistemes d'Informació			50 hores		
	- Tècnic Informàtic			100 hores		
	- Comitè d'empresa			50 hores		
	- Empresa externa			A estimar		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Nombre de visites a la intranet - Nombre de comentaris generats - Nombre de documents / avisos publicats					
Accions relacionades	04_01_01 – Polítiques de comunicació interna 04_03_02 – Espai de suggeriments 04_03_03 – Intranet municipal					



Acció 43

Coordinar una trobada presencial mensual de 20 minuts per explicar de forma conjunta els principals projectes que es desenvolupen a l'Ajuntament

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Definir una política de comunicació interna establint activitats concretes per a diferents segments de públic dins l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_03_01					
Descripció	Posar en marxa un calendari de sessions presencials de curta durada per a que els diferents departaments de l'Ajuntament puguin explicar els projectes més rellevants que estan duent a terme i presentin, si s'escau, els resultats d'alguns dels projectes realitzats. Les sessions buscarien posar en valor la feina realitzada, compartir bones pràctiques, fer circular la informació internament i aconseguir un major coneixement dels empleats dels altres departaments, el funcionament de l'Ajuntament i els projectes en marxa. Podria vincular-se a la productivitat dels treballadors i treballadores.					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Juny 2022					
Fi	Permanent					
Freqüència	Mensual					
Responsable	Cap de Recursos Humans					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Recursos Humans				2 hores/ mes	
	- Cap de Comunicació				2 hores/ mes	
	- Tècnic Auxiliar de Comunicació				2 hores/ mes	
	- Tècnic de Recursos Humans				2 hores/ mes	
	- Serveis implicats en la presentació de torn				4 hores/ mes	
Implementació	Trobada presencial					
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Número de sessions realitzades - Número d'assistents a cada sessió - Millora en el nivell de satisfacció dels empleats - Millora en l'índex de productivitat dels empleats 					
Accions relacionades	00_02_05 – Calendari de sessions formatives 04_01_01 – Polítiques de comunicació interna					



Acció 44

Creació d'un butlletí electrònic intern

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Impulsar canals bidireccionals de comunicació i col·laboració entre tots els nivells de l'organització					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_02_02					
Descripció	<p>Edició d'un butlletí electrònic intern que serveixi per a difondre els principals projectes que es porten a terme a Esparreguera en el si de la gestió municipal. Aquest ha de poder compartir la informació dels diferents departaments des d'un punt de vista d'accions fetes, però també d'accions per fer (per exemple, noves obres, formacions, canvis que afectin a tots els treballadors, etc). Es pot acompanyar de reportatges, publicitat de temes que vindran o sobre temes que ens interessa potenciar (per exemple, dies internacionals, festes del municipi, etc...).</p> <p>Aquest butlletí es pensa en format digital, tipus newsletter. Es desplegaran les informacions essencials a primera línia i després si es vol saber més informació, es podrà clicar i aprofundir més en la notícia. Aquest sistema ens permetrà conèixer l'interès dels treballadors pels temes ja que en podrem fer un anàlisi.</p> <p>La periodicitat es proposa mensual en un inici, preveient que es podrà fer quinzenal a curt termini; quan ja tot el sistema de comunicació municipal estigui en marxa.</p>					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Gener 2022					
Fi	-					
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Cap de Recursos Humans 					
Professionals implicats / dedicació	<ul style="list-style-type: none"> - Cap de Comunicació - Cap de Recursos Humans - Cap de Sistemes d'Informació - Caps d'unitat - Tècnic Auxiliar de Comunicació - Tècnic Informàtic 			<ul style="list-style-type: none"> 2 hores/ butlletí 2 hores/ butlletí 2 hores/ butlletí 2 hores/ butlletí 4 hores/ butlletí 16 hores/ inicials 		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Butlletí efectivament posat en marxa - Nombre de butlletins elaborats - Nombre de notícies elaborades per cada un dels departaments - Nombre de lectors (segons registre d'audiència) 					
Accions relacionades	<ul style="list-style-type: none"> 02_01_06 – Butlletí municipal en format digital 04_01_01 – Establiment de polítiques de comunicació interna 04_02_01 – Intranet municipal 04_03_01 – Trobada presencial per explicar projectes de forma conjunta 04_03_02 – Espai per suggeriments 					



Acció 45

Habilitar un espai per a dipositar suggeriments de tota mena per part de la plantilla de l'Ajuntament

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_02_01					
Descripció	<p>Habilitar una plataforma online (a través de la intranet) a on enviar suggeriments i/o propostes de millora de cara l'organització i funcionament de l'Ajuntament. És important que es puguin gestionar aquestes peticions de forma oberta i que, en paral·lel, hi hagi un sistema regulat per gestionar les peticions rebudes.</p> <p>També es pot valorar l'opció de crear setmanes temàtiques sobre un tema concret, que estiguin vinculats amb temes estratègics de l'Ajuntament.</p>					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2022					
Fi	Gener 2023					
Responsable	Cap de Recursos Humans					
Professionals implicats / dedicació	- Cap de Comunicació			6 hores inicials		
	- Cap de Recursos Humans			6 hores inicials		
	- Cap de Sistemes d'Informació			6 hores inicials		
	- Tècnic de Recursos Humans			2 hores/ setmana per gestió i dinamització		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	<ul style="list-style-type: none"> - Espai efectivament creat a la intranet - Nombre de suggeriments rebuts - Nombre de treballadors participants - Nombre d'iniciatives portades a terme 					
Accions relacionades	04_01_01 – Polítiques de comunicació interna 04_02_01 – Intranet municipal 04_02_02 – Butlletí electrònic intern 04_03_04 – Espai de suggeriments					



Acció 46

Habilitar un espai a la intranet municipal per a donar a conèixer els diferents serveis municipals principals i professionals implicats

Eix de treball	4. Vertebració de la comunicació interna de l'Ajuntament d'Esparreguera					
Oportunitat	Fomentar la participació dels treballadors en els canals interns de comunicació					
Tipologia	Canal	Campanya	Formació	Projecte	Tàctica	Organització
Prioritat	1		2		3	
Codificació	04_03_03					
Descripció	<p>Habilitar un espai dins la intranet que serveixi com a directori de persones, de projectes i de serveis. Aquest directori ha de permetre apropar tots els treballadors dins una mateixa organització. Caldrà fer fotografies de tots i cadascun dels treballadors, establir un sistema d'actualització del sistema perquè sempre estigui actualitzat. La informació de projectes podrà venir vinculada amb el butlletí intern de manera que sigui la plataforma a on anar-hi penjant tot l'històric d'un mateix projecte.</p> <p>També ha de servir per a generar sinèrgies compartides entre treballadors de manera que si sabem que un treballador X ha treballat en un projecte X; potser podem demanar-li informació i/o consell per a fer el nostre projecte Y.</p>					
Objectiu	Cohesionar tota l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal					
Públic	Ciutadania	Empreses	Entitats	Institucions	Ajuntament	MMCC
Inici	Octubre 2022					
Fi	Gener 2023					
Responsable	Cap de Recursos Humans					
Professionals implicats / dedicació	<u>CREACIÓ:</u> - Cap de Comunicació - Cap de Recursos Humans - Cap de Sistemes d'Informació - Tècnic de Recursos Humans - Tècnic Auxiliar de Comunicació			<u>CREACIÓ:</u> 6 hores 6 hores 6 hores 20 hores 16 hores		
	<u>FUNCIONAMENT:</u> - Tècnic de Recursos Humans - Tècnic Auxiliar de Comunicació			<u>FUNCIONAMENT:</u> 4 hores a la setmana 2 hores a la setmana		
Cost estimat	< 5.000 € anuals		5.000 – 10.000€ anuals		> 10.000 euros anuals	
Indicadors d'èxit	- Espai efectivament creat a la intranet - Nombre de visites a aquest apartat a la intranet - Nombre de projectes compartits					
Accions relacionades	04_01_01 – Polítiques de comunicació interna 04_02_01 – Intranet municipal 04_02_02 – Butlletí electrònic intern 04_03_01 – Trobada presencial per explicar els projectes conjunts					





IV. Model de gestió

1. Punt de partida

Estem a la recta final de l'elaboració del Pla de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera. Un procés que ha comportat una anàlisi profunda sobre l'actual sistema de comunicació i les seves necessitats d'evolució, i que vol establir el model de comunicació municipal per als propers anys. La formulació estratègica ha permès arribar a conclusions i definir els reptes que haurà d'abordar l'Ajuntament a l'entorn de la comunicació municipal a curt i mitjà termini per donar resposta als seus objectius comunicatius i a les necessitats que de cadascun dels seus públics. Aquest Pla identifica les oportunitats de millora que cal afrontar, defineix les línies estratègiques a seguir i també estableix les diferents accions que s'han de portar a terme per a la seva implementació. En el seu desplegament, aquest Pla de Comunicació ha d'acompanyar-se del compromís d'establir un equip de treball qualificat i format, amb una organització que faciliti les diferents activitats que cal dur a terme. Si bé algunes de les accions podrien externalitzar-se amb professionals especialitzats, es fa palesa la necessitat de disposar d'un equip nucli dins del departament que sigui plenament apte per a coordinar i alhora executar la major part de les accions que es proposen.

La nova realitat que vivim com a societat i els reptes comunicatius que plantegen les noves tecnologies digitals fan palesa la necessitat de vertebrar un Departament de Comunicació a l'alçada de les circumstàncies i, per tant, amb la introducció de variables que mentre que fins ara eren de suport o complementàries, avui es converteixen en pilars fonamentals de la comunicació. Aquest departament és un espai directament vinculat amb les noves tendències digitals i les noves formes d'ús i consum comunicatiu de la ciutadania i, per tant, cal que tant les accions d'aquest Pla de Comunicació com el personal de l'Ajuntament que les ha de liderar vagin en consonància amb aquestes tendències.

En aquest sentit, es planteja un horitzó organitzatiu on les persones que formen part del Departament de Comunicació han de ser especialitzades en la matèria. Persones formades en les competències que requereixen els llocs de treball i, per tant, amb uns perfils concrets i definits que detallarem a fons en el transcurs d'aquest document. Es tracta doncs de potenciar l'especialització dels perfils professionals que configuren el departament de manera que no solament aportaran tasques de desenvolupament, sinó que alhora produiran continguts de valor i un *upgrade* professional a l'ens municipal. Si el Departament de Comunicació genera continguts i estratègies qualitatives, no solament la ciutadania se'n sent beneficiada sinó que la pròpia institució reforça el seu posicionament com a administració.

La professionalització dels perfils requerits en aquest nou escenari del Departament de Comunicació resulta necessària per tal d'assegurar la implementació efectiva del



Pla de Comunicació i l'assoliment dels objectius ambiciosos, però realistes, que aquest mateix pla proposa.

Algunes de les premisses que cal tenir en compte a l'hora de reorganitzar el Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera:

- **Necessitat de qualificar i especialitzar la funció comunicativa dins de l'ens municipal.** Segons el Manual de Bones pràctiques del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el títol de Grau i de Màster són les titulacions universitàries que habilitarien per als professionals un coneixement adient pel que fa a comunicació i periodisme per a les administracions. Amb la incorporació de l'Espai Europeu de l'Ensenyament Superior (EEES) al dret intern, regulat per la Llei de l'Estat 7/2007 de 12 d'abril de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (article 76) i, actualment, en l'article 76 del Reial decret legislatiu 5/2015, de 30 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (LEBEP), quedaria com a única categoria possible la del Grup A, vinculada a títol de doctor, llicenciat o equivalent.

Per tant, es recomana que per al desenvolupament de les funcions del Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera les persones que les realitzin tinguin una titulació universitària oficial, per tant, amb una categoria mínima d'A2.

- La necessitat d'establir **un model de treball que garanteixi la pluralitat i l'autonomia editorial dels mitjans de comunicació locals** però que, al mateix temps, faciliti sinèrgies, espais de col·laboració i funcions transversals que optimitzi el capital humà i permeti fer evolucionar l'actual disseny de canals i professionals de la informació. Aquesta independència professional es proclama i es reclama a través del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Decàleg de Bones Pràctiques de la Comunicació Local Pública (aprovat en moció pel Ple de l'Ajuntament en sessió de 18 de setembre de 2003), i també a través dels Criteris de bones pràctiques professionals en el periodisme de fonts, aprovades pel mateix col·legi al 2009. Cal remarcar que el departament actua com a font d'informació, i alhora com a canal informatiu i, per tant, s'han de generar continguts i alhora saber-los gestionar des d'un punt de vista plural, transversal i adequat des dels diferents mitjans de comunicació municipals.
- L'exigència de complir amb el **mandat de transparència i de servei a la ciutadania** que deriva dels poders públics. Això implica disposar de capacitació professional a un triple nivell: **estratègicament**, per esdevenir un instrument de transformació i progrés de la societat a la que s'adreça; **tècnicament**, per a



gestionar els diferents canals (analògics i digitals) de titularitat pública; i **en termes d'eficiència** en l'execució del treball en l'àmbit de l'administració.

- La voluntat de complir amb el precepte d'**empoderament de la ciutadania**. Una societat informada, ben informada, serà capaç de prendre millors decisions en benefici de tots.
- **La necessitat de mantenir el Departament de Comunicació com a departament estratègic** dins l'Ajuntament, afavorint la seva visibilitat i posicionament, tot homologant la seva consideració de servei a través d'una direcció exercida des de la funció de Cap de Servei, com a la resta de serveis municipals estratègics.

Segons el decàleg de la funció de la Direcció de Comunicació de la *Asociación de Directivos de Comunicación*, la manera més òptima, eficient i eficaç de gestionar la comunicació de l'Ajuntament és que aquest departament se situï en el màxim nivell directiu funcional de l'ens municipal; que sigui integrat dins els òrgans de decisió de manera que pugui aportar aquest assessorament en comunicació que li és propi. Només amb aquest posicionament, el departament podrà disposar del coneixement organitzacional global i profund necessari per desenvolupar les seves funcions i podrà gaudir d'una interlocució directa i amb atribucions i autoritat suficients amb la resta de departaments i amb cada un dels públics.

- **La capacitat de facilitar la participació ciutadana ens els processos de decisió sobre els canvis i el futur del municipi.** La gestió eficaç dels recursos comunicatius és clau per a la divulgació de missatges que involucrin al major nombre de ciutadans i ciutadanes en el compromís per a la millora contínua i el desenvolupament del municipi. El Consell de la Comunicació Municipal ha de tenir un paper destacat en aquest sentit i, al mateix temps, exercir de garant per a la pluralitat i la igualtat d'oportunitats en l'accés als mitjans de comunicació locals.
- **La necessitat d'establir un marc regulador i de compensació acordat entre els treballadors** del propi departament, la direcció política, el Departament de Recursos Humans i el Comitè d'Empresa que doni cobertura a les condicions de disponibilitat i flexibilitat horària pròpia del Servei de Comunicació.
- **La necessitat de revaloritzar determinats llocs de treball**, actualment amb escassa aportació a la dinàmica general del Departament de Comunicació, amb funcions molt especialitzades i manca de transversalitat. Aquesta revalorització ha de permetre dotar al departament amb personal més qualificat i, tanmateix, desenvolupar correctament totes les tasques noves que planteja aquest Pla de Comunicació.



2. Organitzar-se en temps de COVID-19

El tancament d'aquest Pla de Comunicació i, per tant, la definició del model organitzatiu i de gestió del Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera no pot ser aliè a les circumstàncies excepcionals derivades de la situació d'emergència sanitària per la pandèmia de Covid-19. En aquest context, el Servei de Comunicació ha funcionat com a servei essencial de l'Ajuntament per tal de facilitar informació a la ciutadania de manera permanent sobre l'impacte de la crisi sanitària i sobre les mesures i recomanacions que s'han vingut impulsant des del govern municipal. Donada la situació d'excepcionalitat, en tot aquest període s'ha fet més necessari que mai comunicar tant aquells aspectes directament vinculats als efectes de la crisi i les mesures posades en marxa per a combatre-la, com la idea de que tota l'administració municipal s'ha posat a treballar activament per a atendre a la població i gestionar l'emergència de manera activa.

Com a conseqüència, l'activitat duta a terme des del Servei de Comunicació s'ha intensificat notablement amb un increment de la freqüència de publicació de notícies a través del web municipal, l'ampliació de la comunicació a través de les xarxes socials corporatives, la producció d'informació específica sobre la situació de crisi i el suport a diferents departaments de l'Ajuntament en la seva necessitat de comunicar-se amb la ciutadania (comerç, treball i formació, consum, educació, esports, etc.). Així mateix, la generació de continguts s'ha vist incrementada per donar informació puntual sobre l'evolució de la situació a nivell municipal així com de les iniciatives posades en marxa amb impacte a la ciutadania (modificació d'horaris, serveis excepcionals, atenció a col·lectius vulnerables, noves maneres de procedir, etc.).

Tot i que la situació excepcional continua i la incertesa amb la que treballa l'administració local a hores d'ara és elevada, l'Ajuntament d'Esparreguera treballa en aquests moments per acompanyar la desescalada i afrontar la imminent fase d'atenció als efectes socials i econòmics provocats per la pandèmia de la Covid-19 a través d'un Pla de Xoc Integral. En aquest context, per al Servei de Comunicació es preveuen una sèrie de nous condicionants que sens dubte han de tenir-se molt en compte a l'hora de dimensionar el Departament de Comunicació i fer-ne el disseny organitzatiu. En aquest sentit, els efectes de la pandèmia de Covid-19 que més pes han de tenir en l'organització i l'activitat del Departament de Comunicació són els següents:

- **Increment de la gestió de continguts web:** com s'ha posat de manifest durant tot el període d'emergència sanitària, la necessitat de desenvolupar nous continguts i actualitzar informació a través del web de l'Ajuntament augmentarà de manera destacable per tal de donar suport als diferents serveis municipals a l'hora de traslladar serveis especials, mesures posades en marxa, noves maneres de funcionar i ajudes i recursos a l'abast de la ciutadania. Tots els serveis municipals, i en especial aquells serveis en l'àmbit de l'Àrea de Drets



Socials i Ciutadania, precisaran d'informació susceptible de ser actualitzada de manera recurrent per tal de donar a conèixer terminis, requeriments i condicions específiques vinculats als diferents procediments administratius. Caldrà doncs, que la informació i la comunicació activa formin part dels elements de suport a la ciutadania que s'han de posar en marxa acompanyant els serveis socials i les polítiques actives de promoció econòmica.

- **Informació més digital:** l'impacte de la pandèmia i les mesures de protecció i seguretat aplicades en tots els àmbits socials i econòmics fan que la informació a través d'entorns digitals cobri més rellevància que mai (tot s'ha tornat telemàtic). Si bé fins ara aquesta ha vingut sent un complement a la informació que es prestava a través de diferents canals presencials, ara esdevé el principal canal d'informació ciutadana com a conseqüència del confinament, el distanciament social i les mesures preventives davant possibles contagis. Així doncs, l'activació de polítiques actives en l'àmbit econòmic i social per pal·liar la crisi comportarà comunicar més a través dels canals digitals de l'Ajuntament adreçats a la ciutadania (les xarxes socials i el propi web municipal) i comunicar de manera continuada en l'entorn digital. En aquest context, un increment de la informació digital ha d'implicar un augment de la incidència que el Servei de Comunicació ha de tenir en els processos de relació entre els diferents serveis municipals i la ciutadania.
- **Informació més visual i simplificada:** De la mà del procés de digitalització de la comunicació, es farà necessari adaptar determinats formats i continguts a un escenari de comunicació més directe, més dinàmic i simplificat que faciliti la transmissió de missatges a col·lectius nouvinguts en la comunicació digital. Es preveu que l'increment de les mesures de prevenció i l'augment de la gestió a distància farà aparèixer un públic nou per a la comunicació digital municipal per al qual serà fonamental que la informació sigui més visual, més directa i en format audiovisual per adaptar-la a les seves necessitats, bé perquè seran joves ja acostumats a aquests nous formats i llenguatges, bé perquè serà gent de més edat que necessitarà simplificació i les màximes facilitats a l'hora de rebre la informació per mitjà de canals digitals. L'evolució cap a formats d'informació més gràfics, simplificats i visuals és quelcom ja recollit, d'altra banda, en el Pla d'Acció d'aquest Pla de Comunicació.
- **Nous canals d'informació:** Si una cosa ha posat de manifest l'actual situació és que amb els canals de comunicació generalistes de què disposa actualment l'Ajuntament no n'hi ha prou per atendre la diversitat i les diferents necessitats dels diferents col·lectius amb els quals cal relacionar-se activament. La crisi impacta desigualment en segments diferents de la població i es fa necessari que la comunicació amb cadascun d'aquests segments es pugui vehicular de manera diferenciada. Hi ha col·lectius que necessiten estar informats sobre ajudes i mesures de suport en l'àmbit de promoció econòmica, hi ha col·lectius que precisen informació



en l'àmbit educatiu, altres segments que demanen continguts i mesures de dinamització i acompanyament, i altres col·lectius que esperen propostes d'oci i cultura per a combatre, cadascú a la seva manera, els efectes de la pandèmia. Davant d'això el Servei de Comunicació es troba davant del repte de posar en marxa i mantenir nous canals de comunicació (a través de xarxes socials especialitzades, plataformes amb informació web temàtica o sistemes de missatgeria i comunicació instantània) per donar resposta als diferents serveis municipals en un escenari Post-Covid-19.

En síntesi, un context com el que es deriva de l'emergència sanitària global, en el que cal atendre els efectes socials i econòmics de la pandèmia de Covid-19, porta de la mà un increment de les polítiques actives de comunicació amb la ciutadania i fa més necessari que mai un dimensionament i una organització adequats per al Departament de Comunicació, més enllà del que ja es preveia en aquest Pla de Comunicació, de cara a atendre comunicativament les noves demandes i situacions de la societat civil. La disrupció que la pandèmia comporta a nivell de gairebé tots els serveis en l'Àrea de Drets Socials i Ciutadania generant una necessitat permanent de comunicar per part d'aquests que cal atendre de manera eficaç i continuada, amb solucions estructurals que dotin de capacitat el Servei de Comunicació per a realitzar les seves activitats ordinàries i, al mateix temps, fer front a la nova realitat informativa que cal afrontar, i de la qual en fem síntesi més amunt.

Un dels projectes clau d'aquest Pla de Comunicació és la posada en marxa del nou web municipal, que també serà clau per acompanyar la ciutadania en l'escenari Post Covid-19. La posada en marxa del nou web com a espai d'informació i suport a la ciutadania en la seva relació amb l'administració obrirà un nou escenari informatiu en el que serà possible una comunicació més segmentada, més visual i més dinàmica que en l'actual plataforma web municipal. Això es traduirà en una més alta capacitat informativa i la possibilitat de fer rotar els continguts de forma molt més freqüent que en l'actualitat, aspecte que anirà en consonància amb les noves i creixents demandes d'informació per part dels diferents serveis de l'Ajuntament.

També es preveu la millora dels actuals mitjans de comunicació de l'Ajuntament i la posada en marxa de nous canals que han de garantir l'accés a la informació per part d'amplis sectors de la ciutadania i la pluralitat en el tractament dels diferents temes i visibilitat de les diferents sensibilitats al municipi. Acompanyant tot això serà necessari dotar-se de l'organització i els recursos professionals adequats que permetin un eficaç tractament de la informació i assegurin la seva actualització al conjunt de plataformes i mitjans informatius així com la seva difusió a través dels diferents canals de comunicació corporatius.



3. Model de comunicació municipal

El Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera ha de vertebrar-se de manera eficaç per assegurar el desplegament d'aquest Pla de Comunicació i tenint en compte en tot moment els objectius estratègics de comunicació definits en aquest mateix Pla, que recordem:

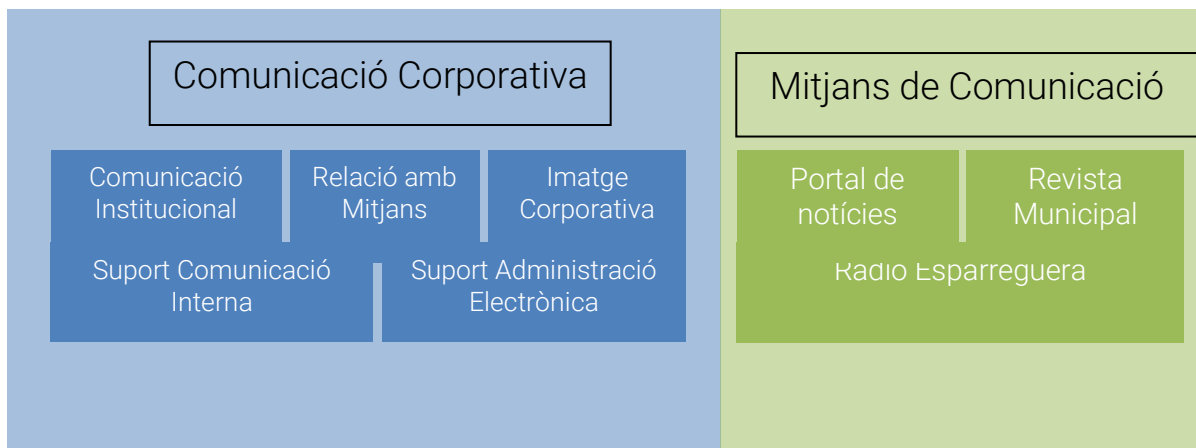
6. Difondre informació municipal (de servei, de rendiment de comptes i actuacions fetes) i assegurar que aquesta arribi als seus destinataris.
7. Apropar l'administració a la ciutadania i facilitar la relació entre els administrats i l'Ajuntament.
8. Generar una imatge d'identitat local diferenciada a través de la promoció dels actius socials, culturals, patrimonials i turístics del municipi.
9. Promoure i donar suport a la participació ciutadana en els afers públics del municipi.
10. Cohesionar l'estructura interna de l'Ajuntament perquè aquesta esdevingui ambaixadora de l'activitat de l'ens municipal

Sota aquestes premisses i a fi de diferenciar la informació d'interès públic en l'àmbit del municipi i la informació més estretament vinculada a la corporació municipal, el model de comunicació que es planteja diferencia clarament l'àmbit de la comunicació corporativa de l'àmbit dels mitjans de comunicació municipals:



En l'**àmbit de la comunicació corporativa** es vetllarà pel manteniment dels canals de comunicació institucionals de l'Ajuntament, per la relació amb els mitjans de comunicació i la premsa, i per la imatge i la identitat corporativa del consistori. D'altra banda, en l'**àmbit dels mitjans de comunicació municipals** es coordinaran accions que assegurin el funcionament de l'emissora de ràdio municipal així com de la resta de publicacions que l'Ajuntament posi en funcionament (segons aquest Pla de Comunicació, per exemple: un portal digital de notícies, un butlletí electrònic o una revista municipal).

Resta en la responsabilitat de l'àmbit de comunicació corporativa donar suport al desplegament d'iniciatives de transparència i administració electrònica i acompanyar els processos i projectes de comunicació interna, que hauran de coordinar-se activament amb el Departament de Recursos Humans de l'Ajuntament.



Les principals funcions genèriques atribuïbles a cadascun d'aquests àmbits de responsabilitat podrien resumir-se de la següent manera:

Comunicació Corporativa

Comunicació Institucional

- Planificació editorial i coordinació amb els mitjans de comunicació municipals.
- Difusió d'informacions generades des dels diferents serveis municipals a través dels diferents canals de comunicació de l'Ajuntament.
- Suport i assistència als membres del govern municipal i equip directiu municipal en l'àmbit de la comunicació pública.

Prensa i Relació amb mitjans

- Generació de notes de premsa per a la seva difusió als mitjans de comunicació.
- Gestió de convocatòries, trobades i rodes de premsa.
- Atenció als mitjans de comunicació i manteniment de relació continuada.
- Suport als regidors i regidores del consistori en la seva relació amb els mitjans.
- Facilitar espais als regidors i regidores per a comunicar i impactar als mitjans.

Identitat Corporativa

- Establiment i desenvolupament de la identitat corporativa de l'Ajuntament.
- Seguiment de la correcta aplicació de la imatge i arquitectura de marca de l'Ajuntament.
- Gestió i supervisió la producció del material corporatiu de l'Ajuntament en coordinació amb els diferents departaments.



Suport Comunicació Interna

- Suport al Departament de Recursos Humans per a comunicar les polítiques vinculades als treballadors del consistori.
- Assessorament en la redacció i publicació de missatges adreçats als treballadors municipals.
- Acompanyament al Departament de Recursos Humans per a donar resposta a les necessitats de comunicació envers els serveis municipals i els treballadors.

Suport Administració Electrònica

- Suport a les iniciatives i processos de participació ciutadana des de la vessant comunicativa.
- Coordinar iniciatives de comunicació que permetin assolir un nivell excel·lent en l'àmbit del govern obert.
- Suport al desplegament de nous espais i plataformes digitals de relació amb la ciutadania.

Mitjans de Comunicació

Tots ells

- Generació i difusió de continguts d'interès, de qualitat i plurals.
- Cobertura informativa dels fets i les activitats d'interès públic al municipi.
- Garantia d'informació permanent al municipi.
- Garantia de la pluralitat informativa i la igualtat d'oportunitats en l'accés als mitjans de comunicació locals.
- Visibilització d'entitats, associacions i col·lectius veïnals.
- Coordinació amb la resta de mitjans de comunicació municipals.
- Suport a la difusió de les polítiques de comunicació corporatives.



4. Estructura organitzativa

Anàlisi de Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Debilitats (DAFO) del punt de partida actual

Debilitats

- Manca de vertebració organitzativa al servei
- Feble tecnificació dels professionals del servei
- Excessiva especialització dels professionals del servei
- Dispersió organitzativa de capacitats afins
- Manca d'eficiència en l'organització de l'activitat

Fortaleses

- Visió i lideratge sobre el model i la funció comunicativa
- Amplitud de competències i capacitats en el sí del servei
- Diversitat i complementarietat de perfils professionals
- Coneixement de l'administració local
- Disponibilitat de mitjans tècnics i pressupostaris

Amenaces

- Desafecció ciutadana pels afers públics municipals
- Ràpida evolució de formats i canals de comunicació
- Existència de múltiples alternatives d'accés a la informació
- Desconfiança de la ciutadania envers l'administració
- Manca de visió compartida interna i externament

Oportunitats

- Reunió de tots els professionals del servei en un mateix espai
- Disponibilitat del Pla de Comunicació com a full de ruta
- Integrar la comunicació interna, l'organització d'actes i el protocol
- Acompanyar la transformació digital de l'administració
- Posar en marxa el Comissionat de Comunicació



Debilitats

- **Manca de vertebració organitzativa al servei**

El sistema operatiu del Servei de Comunicació no està definit. Cal, a partir d'aquest informe i de les possibilitats organitzatives que s'hi apunten, estructurar les activitats i funcions de tots els i les professionals d'aquest servei tenint en compte la realitat recollida al Pla de Comunicació Municipal pel que fa a usos i demandes informatives de la població, els projectes de comunicació prioritàris de l'Ajuntament i les noves necessitats comunicatives de l'administració derivades de la digitalització i la relació permanent amb la ciutadania. D'acord amb això es fa necessari estructurar una organització al Servei de Comunicació sòlida i eficaç que pugui donar resposta a aquest nou context a través d'un servei públic de comunicació modern i orientat a la ciutadania.

- **Feble tecnificació dels professionals del servei**

Del total de 10 places laborals que hi ha actualment a l'estructura professional del Servei de Comunicació només tres d'elles corresponen a perfils de categoria A2 (dos) o A1 (un). Segons el Manual de Bones pràctiques del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el títol de Grau i de Màster son les titulacions universitàries que habilitarien per als professionals un coneixement adient pel que fa a comunicació i periodisme per a les administracions. Amb la incorporació de l'Espai Europeu de l'Ensenyament Superior (EEES) al dret intern, regulat per la Llei de l'Estat 7/2007 de 12 d'abril de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (article 76) i, actualment, en l'article 76 del Reial decret legislatiu 5/2015, de 30 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (LEBEP), quedaria com a única categoria possible la del Grup A, vinculada a títol de doctor, llicenciat o equivalent.

La tecnificació del Servei de Comunicació mitjançant l'increment en la qualificació de les categories professionals del mateix deriva de la necessitat de demandar la màxima versatilitat als seus i les seves professionals, que han de desplegar un ampli ventall de capacitats vinculades a l'àmbit de la comunicació i també de la gestió pública. Així doncs, es considera necessari que per a un òptim i transversalitzat desenvolupament de les funcions del Servei de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera el màxim de persones que en formen part tinguin una titulació universitària oficial, per tant, amb una categoria mínima d'A2.

- **Excessiva especialització dels professionals del servei**

Relacionat amb el punt anterior, el Servei de Comunicació compta amb diverses places laborals ocupades per professionals hiperespecialitzats, molt centrats en funcions molt específiques que permeten poques



sinèrgies entre les diferents línies d'activitat del servei. En contraposició amb aquesta hiperespecialització, cal desenvolupar capacitats que, de manera transversal, permetin treballar els continguts de manera digital i multicanal en qualsevol dels àmbits d'activitat del servei.

La nova realitat que vivim com a societat i els reptes comunicatius que plantegen les noves tecnologies digitals fan palesa la necessitat de vertebrar un Servei de Comunicació altament qualificat amb capacitats que si bé fins ara eren de suport o complementàries, avui es converteixen en pilars fonamentals de la comunicació: les habilitats digitals. Aquest Servei està fermament vinculat amb les noves tendències digitals i les noves formes d'ús i consum comunicatiu de la ciutadania i, per tant, d'acord amb les accions del Pla de Comunicació, cal que les capacitats del personal de l'Ajuntament que les ha de liderar vagin en consonància amb aquestes tendències.

Es planteja, doncs, un horitzó organitzatiu on les persones que formen part del Servei de Comunicació tinguin competències en la gestió de la informació, eines i canals de comunicació digital, tractament d'imatges, gestió de les xarxes socials, edició de vídeo i animacions, i difusió multimèdia multicanal. Tot això en contraposició amb la rigidesa de l'especialització de funcions o l'adscripció a un canal i unes rutines de producció que no permetin sinèrgies amb la resta del servei.

- **Dispersió organitzativa de capacitats afins**

Tot i que encara sense una base organitzativa sòlida, els i les professionals del Servei de Comunicació venen desenvolupant en els darrers anys bona part de les activitats exigibles a un servei com aquest (atenció als mitjans de comunicació, gabinet de premsa, imatge corporativa i comunicació institucional) i operant els mitjans de comunicació municipals (Ràdio Esparreguera). No obstant, hi ha dos activitats que és necessari integrar dins el marc de treball del Servei de Comunicació per al seu impuls i que actualment es troben localitzades en altres departaments o bé ni tan sols es porten a terme de manera sistemàtica. Es tracta, d'una banda, de les activitats d'organització d'actes públics i protocol i, d'altra banda, de la gestió de la comunicació interna.

Pel que fa a l'organització d'actes públics i protocol, actualment aquestes capacitats es localitzen dins el departament d'Alcaldia, si bé caldria considerar que aquestes passessin a incorporar-se al Servei de Comunicació integrant-ne orgànicament tant les activitats com el perfil professional que les du a terme, de manera que la coordinació entre la comunicació institucional i l'organització d'actes quedés reforçada i



garantis una millor gestió comunicativa de les activitats que demanen presència pública dels càrrecs electes del consistori.

D'altra banda, la necessitat d'impulsar i sistematitzar la comunicació interna a la corporació local ja queda palesa al Pla de Comunicació Municipal, si bé en aquest també s'admet la limitació amb què es troba el Servei de Comunicació a l'hora d'abordar aquesta activitat per manca de capacitats específiques en aquest àmbit. La integració de les capacitats d'organització d'actes i protocol al servei hauria de proporcionar un marge suficient, però, per entomar també les activitats de comunicació interna en coordinació amb el departament de Recursos Humans i Organització i la resta de serveis i departaments de l'Ajuntament.



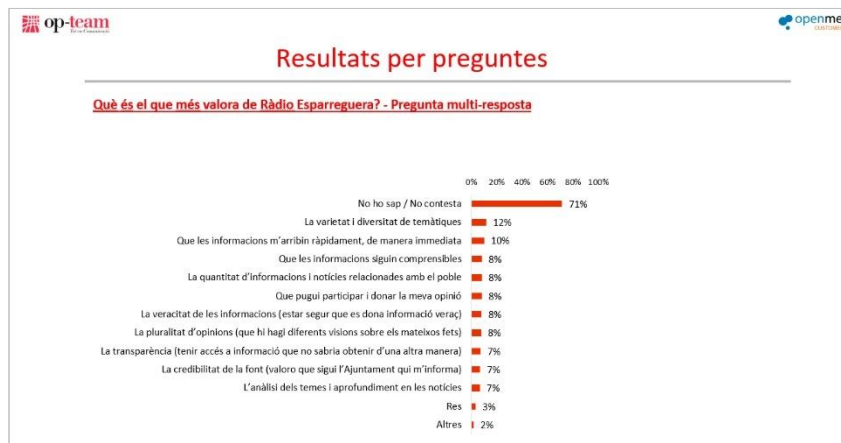
- **Manca d'eficiència en l'organització de l'activitat**

En l'actualitat es produeix un desequilibri, i fins i tot una desproporció insostenible, en la distribució d'efectius dins del Servei de Comunicació. El 60% de les places laborals es concentra en activitats vinculades amb l'emissora municipal mentre que el 40% restant s'orienta a la resta d'activitats que, de manera transversal, ha d'abordar el Servei de Comunicació en els àmbits d'atenció als mitjans de comunicació, gabinet de premsa, imatge corporativa, comunicació institucional, i suport comunicatiu als diferents serveis, iniciatives i departaments de l'Ajuntament.

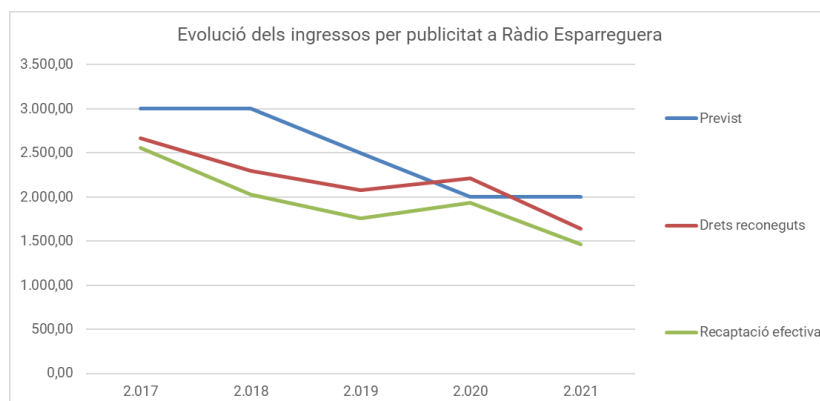
Aquest desequilibri queda palès també en el cost que suposa per a la corporació el manteniment de les esmentades places laborals: més de la meitat dels recursos econòmics, el 55%, es concentren en les activitats de radiodifusió mentre que l'altre 45% del pressupost es destina al conjunt restant d'activitats de comunicació de l'Ajuntament, segons dades del pressupost aprovat de 2021:

	Places laborals	Cost anual (€)	% C1 pressupost
Comunicació Ajuntament	4	138.001,29	45%
Emissora Municipal	6	169.796,52	55%
Total	10	307.797,81	100%

Aquest desajust es fa també evident quan es pren en consideració quin és el nivell de coneixement i de valoració de l'emissora municipal per part de la població i quin és el segment d'audiència fidelitzada. Segons l'estudi de mercat realitzat durant la fase de diagnosi del Pla de Comunicació Municipal, més del 70% de la població no sap o no contesta quan se li pregunta sobre què és el que més valora de Ràdio Esparreguera, i només el 7% de la població es considera seguidor fidel d'aquest mitjà de comunicació.



La pèrdua de rellevància del mitjà radiofònic i, per tant, un altre argument que apunta cap a la desproporció dels recursos propis invertits en l'emissora municipal en relació a les necessitats globals del Servei de Comunicació i les demandes de la ciutadania, és l'evolució dels ingressos per publicitat de l'emissora municipal. Si bé el punt de partida ja era baix el 2017, en els darrers quatre anys la recaptació publicitària s'ha reduït un 40%, un fet que deixa palès que aquest mitjà ha deixat de ser atractiu per als anunciants i comerços locals.





La desigual distribució dels recursos en el sí del Servei de Comunicació també es posa de manifest, finalment, si pensem l'atenció en el volum d'activitat mesurada en termes de despesa corrent executada del pressupost municipal. En els darrers 4 anys, si bé la major part dels recursos humans han estat concentrats en l'emissora municipal, el gruix de la despesa corrent i, per tant, el gruix de l'activitat del servei s'ha executat en l'àmbit de la comunicació corporativa (atenció als mitjans de comunicació, gabinet de premsa, imatge corporativa i comunicació institucional):

	2018		2019		2020		2021	
	Pressupost executat	%	Pressupost executat	%	Pressupost executat	%	Pressupost executat	%
Comunicació Ajuntament	53.295,45 €	82,74%	58.668,59 €	73,53%	30.053,82 €	78,86%	55.020,28 €	91,99%
Emissora Municipal	11.114,72 €	17,26%	21.117,21 €	26,47%	8.054,71 €	21,14%	4.789,68 €	8,01%
Total	64.410,17 €	100,00%	79.785,80 €	100,00%	38.108,53 €	100,00%	59.809,96 €	100,00%

D'aquesta manera, des del 2018 fins el 2021, de mitjana, les activitats de radiodifusió han requerit menys del 20% del total del pressupost de despesa corrent executat des del Servei de Comunicació, si bé han concentrat el 60% dels recursos humans i més de la meitat de la dotació pressupostària en el capítol de personal:

	Mitjana 2018-2021	
	Pressupost executat	%
Comunicació Ajuntament	49.259,54 €	81,78%
Emissora Municipal	11.269,08 €	18,22%
Total	60.528,61 €	100,00%

Fortaleses

- **Visió i lideratge sobre el model i la funció comunicativa**

Una de les fortaleses del projecte de comunicació de l'Ajuntament d'Esparraguera és l'aposta estratègica que a nivell polític i gerencial s'ha fet durant els dos últims mandats amb la incorporació d'un responsable del servei i l'aprovació del Pla de Comunicació. La visió que la Comunicació és una palanca essencial per a connectar amb la ciutadania i vertebrar el servei públic afavoreix la construcció organitzativa del departament i és un motor de transformació de les antigues dinàmiques comunicatives cap a un model comunicatiu modern, adaptat a la ciutadania i els nous temps.

Aquesta visió, segons recull el Pla de Comunicació Municipal, aposta per un model de comunicació que diferencia l'àmbit de la comunicació corporativa de l'àmbit dels mitjans de comunicació municipals a fi de separar la informació d'interès públic en l'àmbit del municipi i la informació més estretament vinculada a la corporació municipal. En l'àmbit de la



comunicació corporativa es vetllarà pel manteniment dels canals de comunicació institucionals de l'Ajuntament, per la relació amb els mitjans de comunicació i la premsa, per la imatge i la identitat corporativa del consistori, pel desplegament d'iniciatives de transparència i administració electrònica, i pels processos i projectes de comunicació interna. D'altra banda, en l'àmbit dels mitjans de comunicació municipals es coordinaran accions que assegurin el funcionament de l'emissora de ràdio municipal així com de la resta de publicacions que l'Ajuntament posi en funcionament (segons el Pla de Comunicació, per exemple, un portal digital de notícies, un butlletí electrònic o una revista municipal).

En aquest sentit, el Pla de Comunicació Municipal estableix:

“La necessitat d'establir **un model de treball que garanteixi la pluralitat i l'autonomia editorial dels mitjans de comunicació locals** però que, al mateix temps, faciliti sinèrgies, espais de col·laboració i funcions transversals que optimitzi el capital humà i permeti fer evolucionar l'actual disseny de canals i professionals de la informació. Aquesta independència professional es proclama i es reclama a través del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Decàleg de Bones Pràctiques de la Comunicació Local Pública (aprovat en moció pel Ple de l'Ajuntament en sessió de 18 de setembre de 2003), i també a través dels Criteris de bones pràctiques professionals en el periodisme de fonts, aprovades pel mateix col·legi al 2009. Cal remarcar que el departament actua com a font d'informació, i alhora com a canal informatiu i, per tant, s'han de generar continguts i alhora saber-los gestionar des d'un punt de vista plural, transversal i adequat des dels diferents mitjans de comunicació municipals.”

Si bé la diferenciació entre la comunicació institucional i la comunicació pública dels mitjans de comunicació municipal es mantindrà com una constant del model comunicatiu, aquest fet no implicarà la separació dels i les professionals en diferents unitats administratives independents sinó, al contrari, l'equip professional del Servei de Comunicació treballarà coordinadament, generant sinèrgies, i atindrà les diferents necessitats en un i altre àmbit de manera versàtil, transversal i funcional.

- **Amplitud de competències i capacitats en el sí del servei**

La nodrida representació de perfils professionals en el sí del Servei de Comunicació és un avantatge que, sens dubte, cal capitalitzar en la vertebració organitzativa d'aquest. L'existència d'aquests perfils assegura



que, a nivell tècnic, es puguin dur a terme el conjunt d'iniciatives i activitats tant en l'àmbit de la comunicació corporativa com en l'àmbit dels mitjans de comunicació municipal. No obstant, és necessari, a nivell global, reforçar les competències tècniques de què ja es disposa en l'àmbit de la comunicació amb les capacitats de gestió i competències administratives pròpies de l'administració per assegurar un correcte i sostenible funcionament del servei. Tots i totes les professionals del servei han de poder gestionar qualsevol expedient administratiu vinculat al mateix (contractació, pagament de factures, cobrament de publicitat, justificació de bestreta, etc.) d'acord amb la seva categoria professional.

La gestió administrativa del Servei de Comunicació de manera distribuïda ha de permetre una més àgil gestió dels expedients de contractació, la liquidació dels ingressos per publicitat, el pagament de taxes per l'ús de l'espai radioelèctric, el pagament de cànons per drets d'autor o les licitacions de serveis estructurals com ara el servei d'streaming, còpia de seguretat i podcasting o el serveis de disseny i producció gràfica, i d'altres que es puguin posar en marxa properament.

- **Diversitat i complementarietat de perfils professionals**

La diversitat de perfils professionals afavoreix que, en determinats àmbits, hi hagi rols molt especialitzats o capacitats molt singulars. Això, però, en l'àmbit de l'administració tendeix a ser una limitació doncs els recursos per a fer front a les necessitats de gestió són limitats i no és sostenible disposar de perfils professionals tan especialitzats que només es puguin fer càrrec d'un determinat àmbit d'activitat. En contraposició, cal perfils generalistes, amb una gran capacitat d'adaptació i versatilitat per a poder fer front als reptes de cada moment amb flexibilitat i garanties d'èxit. Per això, es fa necessari que la diversitat i complementarietat de perfils existents en el sí del Servei de Comunicació esdevingui, en el mitjà termini, total i identificable en cadascun dels seus professionals, que si cal podran rotar en la realització de les seves funcions, suplir-se o complementar-se mútuament.

- **Coneixement de l'administració local**

Una de les fortaleses de l'equip de comunicació és el seu coneixement de l'administració local, que troba la seva raó de ser en l'experiència que els seus i les seves professionals acumulen en aquest sector. Com a conseqüència d'això, l'adaptació de les dinàmiques de comunicació a l'agenda i el funcionament de la pròpia administració queda garantida, si bé encara hi ha un cert marge de millora en la materialització d'aquest coneixement en la gestió administrativa, en termes generals, dels seus professionals. Malgrat el camí que queda per recórrer, en els darrers anys s'han fet tres licitacions, nombrosos contractes menors, diversos



expedients de justificació de pagaments i s'han començat a distribuir responsabilitats en l'àmbit de la tramitació. En tot cas, cal que el Servei de Comunicació tradueixi l'experiència i el coneixement de l'administració local en una correcta, sistematitzada i distribuïda gestió administrativa dels expedients del seu àmbit material.

- **Disponibilitat de mitjans tècnics i pressupostaris**

Finalment, una altra avantatge competitiva del Servei de Comunicació - lligada a la visió, el lideratge polític i l'aposta per aquest servei - és la disponibilitat de mitjans tècnics i pressupostaris amb que s'ha acompanyat en els darrers anys. La dotació pressupostària ha estat constant des de 2018 i ha permès no només mantenir el capítol de personal amb 10 places laborals sinó que ha facilitat el desplegament de diferents projectes com ara l'elaboració del llibre d'estil de la imatge corporativa de l'Ajuntament, el Pla de Comunicació o l'externalització de les activitats de disseny i producció gràfica.

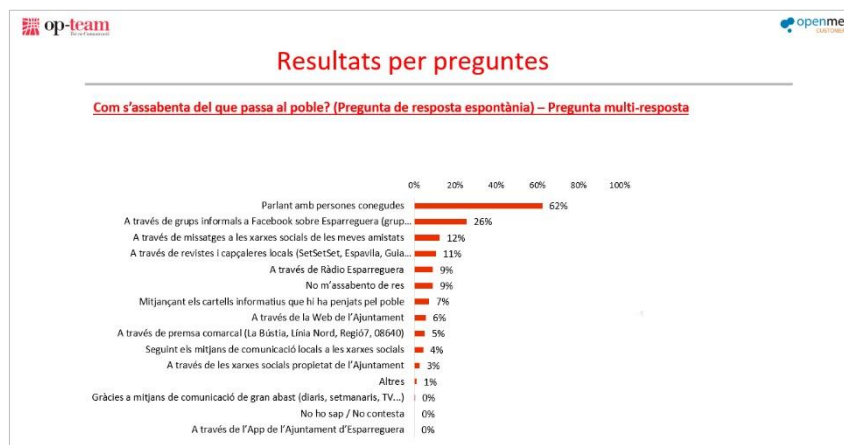
Pressupost consignat per al Servei de Comunicació	
2018	356.128,86 €
2019	347.671,98 €
2020	348.924,64 €
2021	355.087,81 €

Quant als mitjans tècnics, s'han realitzats petites inversions i manteniments en les instal·lacions de l'emissora municipal, s'han renovat gran part dels equips i s'han adquirit llicències de programari que faciliten l'execució de l'activitat. Cal seguir en aquesta línia, sobretot de renovació i ampliació de llicències de programari, de cara a ampliar les capacitats del servei en l'àmbit de les emissions en streaming, el muntatge multimèdia, el disseny gràfic i la difusió a través de les xarxes socials.

Amenaces

- **Desafecció ciutadana pels afers públics municipals**

Una de les conclusions de l'estudi sobre hàbits i consum informatiu de la ciutadania d'Esparreguera fet durant la fase de diagnosi del Pla de Comunicació Municipal és que la major part de la població viu aliena a la informació relacionada amb l'administració local i habitualment no fa ús dels canals oficials de comunicació de l'Ajuntament. Davant d'això, caldrà estar alerta i desplegar l'acció comunicativa de manera adaptada als canals, als formats i a les noves formes de consum informatiu de la ciutadania, fent escolta activa de les seves necessitats i demandes i articulant espais de participació i relació directa amb la població per a millorar la comunicació que es fa des de l'Ajuntament (com ara, el Comissionat de Comunicació).



- **Ràpida evolució de formats i canals de comunicació**

Una de les principals amenaces a què s'enfronta el Servei de Comunicació és la ràpida obsolescència dels canals i formats de comunicació que fa servir la ciutadania per comunicar-se i estar informada. Respecte això, aquest servei haurà de trobar l'equilibri entre disposar de canals oficials i formalment adaptats als estàndards de consum (web, xarxes socials, portals a internet, butlletins electrònics, etc.) i tenir la capacitat d'adaptar-se a les fórmules comunicatives més demandades per la ciutadania aconseguint desplegar els suports i formats més efectius en cada moment, si cal, reciclant coneixements, desplegant l'aprenentatge continu o externalitzant la part més especialitzada del procés a fi de garantir una òptima adaptació als canals i llenguatges de comunicació que millor aconseguixin connectar amb la ciutadania.

- **Existència de múltiples alternatives d'accés a la informació**

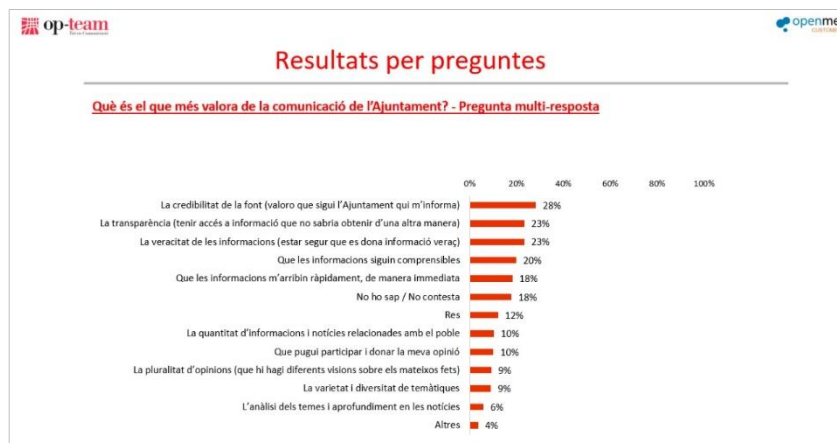
La sobreoferta de canals d'informació, ja siguin formals o informals; l'accés directe de la ciutadania a fonts d'informació més o menys mereixedores de la seva confiança; i el baix impacte aconseguit pels canals de comunicació institucionals i mitjans de comunicació municipals, genera una competència per l'atenció de la ciutadania que ha de mantenir en alerta el Servei de Comunicació de l'Ajuntament i servir de base a l'hora de dissenyar les seves estratègies de comunicació. La preferència de la ciutadania per les fonts d'informació informals, les xarxes socials i els canals i formats de comunicació digitals que fa servir en el seu dia a dia obliga a reforçar l'estratègia digital de l'Ajuntament i estar en permanent escolta al voltant de les tendències, preferències i usos pel que fa al consum informatiu de la població de cara a desplegar una comunicació de servei públic eficaç i connectada amb la realitat.



- **Desconfiança de la ciutadania envers l'administració**

Ja sigui per la manca d'interacció constant, pel fet de contactar-hi només en casos de conflicte o interessos contraposats o pel desconeixement sobre el seu funcionament, la ciutadania recela de l'administració. Els servidors públics no gaudim de bona fama en general i la ciutadania fa palès el seu malestar de manera directa a través dels diferents punts d'entrada a l'administració, ja siguin presencials o telemàtics, i a través de les xarxes socials. Aquest descontentament de la ciutadania, que alimenta al seu temps la desafecció a la que abans fèiem referència, obliga més que mai a ser rigorosos i exigents amb el que fem, a ser excel·lents en el servei que oferim i a concebre la comunicació com a clau de volta per a recuperar la credibilitat de l'administració. No en va tres dels principals valors que, segons l'estudi de mercat dut a terme entre la població d'Esparreguera en el marc del Pla de Comunicació, la ciutadania més valora de la comunicació de l'Ajuntament són la credibilitat, la transparència i la veracitat.

Serà clau, doncs, invertir esforços per a fer créixer la credibilitat i la transparència de l'Ajuntament a través d'una comunicació puntual, veraç i compromesa amb la ciutadania per aconseguir, finalment, una més gran confiança de la població envers aquesta administració.



- **Manca de visió compartida interna i externament**

Finalment, una de les principals amenaces amb què pot topar la vertebració organitzativa del Servei de Comunicació i, per tant, el desplegament del Pla de Comunicació és que la visió, la percepció sobre la necessitat del canvi i la transformació d'aquest, no sigui compartida interna i externament, és a dir, entre el personal del servei i els líders de l'organització que l'estan impulsant. És per això que caldrà ser transparents i clars en el missatge i les propostes a traslladar, en el marc d'oportunitats que s'obren i en el conjunt de beneficis que se'n poden derivar d'aquesta transformació. La gestió del canvi sempre és el repte principal en qualsevol procés de transformació així que caldrà tenir això ben present per alinear la visió externa, de la direcció, amb les expectatives i voluntats -amb la visió, finalment- interna, de tots i totes les professionals del servei.

Oportunitats

- **Reunió de tots els professionals del servei en un mateix espai**

La ubicació de tot el personal del Servei de Comunicació a la tercera planta de l'edifici del carrer Ferran Puig, 36-40, fins ara seu de Ràdio Esparreguera, facilitarà la coordinació i les sinèrgies entre les activitats de comunicació corporativa i institucional, fins ara dutes a terme pel personal situat a la seu de l'edifici consistorial, i les activitats dels mitjans de comunicació, liderades des de l'emissora municipal. Si bé aquesta unificació de tot el personal del Servei de Comunicació en una mateixa seu ha de continuar garantint la independència i pluralitat informativa dels mitjans de comunicació, la reunió de tot l'equip en una mateixa seu ha de proporcionar una major interacció entre el conjunt de professionals del servei per a la producció compartida dels continguts i les informacions que hauran de difondre's de manera multicanal.



Al mateix temps, la reunió de tot l'equip en un mateix espai compartit ha de facilitar la creació de noves dinàmiques i establir la base formal per a l'inici de la transformació del Servei de Comunicació i el desplegament del Pla de Comunicació Municipal.

- **Disponibilitat del Pla de Comunicació com a full de ruta**

El Pla de Comunicació aprovat pel Ple de l'Ajuntament durant la sessió ordinària del mes de gener de 2021 és un full de ruta que cal aprofitar per fer el disseny organitzatiu del Servei de Comunicació. En aquest Pla es defineix l'estratègia, es delimiten les prioritats i es detallen les accions a desplegar per a donar resposta als objectius de comunicació de l'Ajuntament i a les necessitats i demandes de la ciutadania en aquest àmbit. Per tant, disposar d'aquest Pla de Comunicació és una oportunitat immillorable per a concebre el disseny organitzatiu del servei que millor s'escaigui per a fer-lo possible, tot tenint en compte les prioritats, activitats i capacitats que són requerides.

- **Integrar la comunicació interna, l'organització d'actes i el protocol**

Una altra de les oportunitats destacables que es deriven d'aquest plantejament organitzatiu és la incorporació a l'estructura del Servei de Comunicació de les capacitats d'organització d'actes i disseny de protocol per a l'activitat pública dels actes electes del consistori. Sens dubte, amb aquesta capacitat integrada en el propi servei ha de millorar la coordinació i la gestió informativa d'aquells actes que requereixin la presència dels representants del govern municipal. D'altra banda, i de manera col·lateral, aquesta incorporació ha de permetre encetar la gestió sistemàtica i coordinada de la comunicació interna, amb la qual cosa també es donarà compliment a una altra de les necessitats apuntades al Pla de Comunicació Municipal. Així doncs, sumar l'organització d'actes i el protocol i també la comunicació interna al disseny organitzatiu del Servei de Comunicació no és sinó una nova oportunitat per coordinar millor l'activitat des del punt de vista comunicatiu i donar resposta a les prioritats assenyalades pel full de ruta del Pla de Comunicació.

- **Acompanyar la transformació digital de l'administració**

El Servei de Comunicació, més enllà de desplegar les diferents línies d'activitat pròpies vinculades a la comunicació corporativa i la informació dels mitjans de comunicació municipals, ha de servir, de manera transversal, a tota l'organització en el seu procés de transformació i modernització. La comunicació ha de ser un pilar per a vehicular els processos de participació ciutadana, les relacions amb la ciutadania en el desplegament de l'administració electrònica i les iniciatives de transparència i bon govern associades a l'activitat de l'administració. És així com en aquest punt de partida de la vertebració organitzativa del Servei de



Comunicació cal entendre com una gran oportunitat la coordinació directa d'aquest amb les diferents àrees de l'Ajuntament involucrades en els àmbits de transparència, participació, bon govern i administració electrònica. D'acord amb això, i atenent al que ja preveu el Pla de Comunicació, cal activar els mecanismes de coordinació previstos amb els departaments de Participació Ciutadana i Bon Govern, Secretaria, Sistemes d'Informació i l'Oficina d'Atenció Ciutadana per a incorporar la comunicació com una capa més en l'aportació de valor que l'Ajuntament està desenvolupant al voltant de la participació ciutadana, la transparència i l'administració electrònica.

- **Posar en marxa el Comissionat de Comunicació**

Finalment, com a darrera oportunitat, i per a donar una nova dimensió al Servei de Comunicació, més oberta, més participada, més vinculada amb la ciutadania, es planteja la posada en marxa del Comissionat de Comunicació. El decret de l'Alcaldia 2466, signat el 14 de juliol de 2021, aprova la creació d'aquest comissionat als efectes de consolidar el desenvolupament de la comunicació municipal en els propers anys de mandat. El Comissionat de Comunicació ha d'articular-se al llarg d'aquest any 2022 i serà, sens dubte, un amplificador i retroalimentador de les demandes i necessitats ciutadanes envers la comunicació feta per i des de l'Ajuntament. Una oportunitat que no podem deixar escapar si volem fer de la comunicació una eina de modernització de l'administració i de connexió amb la ciutadania.



Transformació del Servei de Comunicació

De cara apuntar quins són els principals eixos de transformació que ha d'abordar el Servei de Comunicació amb impacte en la seva organització es planteja a continuació un breu exercici que, de manera esquemàtica, pretén indicar el camí des del punt de partida actual fins a l'escenari desitjat o ideal en l'estructuració del servei.

D'aquesta manera, s'estableixen els següents eixos de canvi:

En relació a la visió sobre l'activitat:

De les rutines de producció

De sistemes de treball orientats a la generació de productes informatius de manera extensiva (multicanal i multiplataforma)...

A la gestió de serveis de comunicació

A sistemes de treball orientats a la gestió de projectes de comunicació, hibridant productes comunicatius de valor amb la gestió de serveis de comunicació

De la distribució de recursos desigual

De la superdotació d'efectius per a iniciatives de comunicació costoses, poc escalables i amb baixa capacitat de generar sinèrgies ...

A la redistribució estratègica

A una ordenació dels recursos que obeeixi a una lògica de dotació d'efectius per a l'aportació de valor i l'eficiència en la prestació del servei

Dels antics mitjans de comunicació

De la concentració d'esforços en sistemes, canals i mitjans de comunicació amb impacte limitat per al conjunt de la població i un alt cost de producció...

A la comunicació digital i adaptada

A lògiques de comunicació adaptades als nous hàbits de consum: segmentada, digital, mòbil, sota demanda i reutilitzable

En l'àmbit de les capacitats:

De l'especialització de funcions

De fonamentar les capacitats del servei en l'existència de gran diversitat de perfils professionals especialitzats...

A la polivalència i la versatilitat

A estructurar l'organització a partir de perfils professionals altament qualificats i polivalents i amb una gran versatilitat

De la dispersió de capacitats

De la disgregació de perfils amb funcions i capacitats afins a les activitats de comunicació corporativa (organització d'actes, protocol i comunicació interna)...

A la integració de capacitats

A la integració orgànica de les capacitats afins al servei per a abordar una visió de 360° i coordinar millor el conjunt d'activitats de comunicació corporativa



D'una incipient tecnificació

D'un equip de treball amb una baixa tecnificació amb limitació per a la polivalència i excessivament especialitzat...

A una major tecnificació

A un equip amb un cos suficient de perfils de nivell tècnic que asseguri una gran polivalència i aporti versatilitat a l'organització

En l'àmbit de l'encaix a la corporació:

De l'organització vertical

D'una organització del servei fragmentada, compartimentada i orientada a productes informatius desconectats entre sí que dificulta l'encaix a l'organització...

A la coordinació i transversalitat

A una organització amb equips híbrids on la coordinació i la transversalitat facilitin la gestió del servei i la connexió amb les altres instàncies de la corporació

De la comunicació com a producte

D'un Servei de Comunicació que concep allò que fa com a productes informatius basats en rutines de producció i sistemes de treball arcaics...

A la comunicació com a servei

A un equip que entén la seva activitat com la gestió d'un servei, tant intern (envers els altres departaments i serveis corporatius) com extern (envers la ciutadania)

D'un sistema tancat

D'un servei que s'organitza treballa d'esquenes a la ciutadania, les seves demandes, preferències i necessitats...

A un sistema obert

A un servei que escolta, integra la visió de la ciutadania i genera lògiques de participació que fan millorar i fer més efectiu i aprofitable el propi servei

La transformació organitzativa que es planteja se sustenta sobre dos eixos fonamentals per a poder impulsar la comunicació municipal i fer el desplegament del Pla de Comunicació Municipal de manera adequada:

- 1) **L'especialització del Servei de Comunicació i la seva capacitat per a desplegar els nous canals de comunicació** (nou web institucional, nou portal de notícies, nous tòtems informatius) **i per a treballar els continguts de manera digital i multimèdia** (digitalització de Ràdio Esparreguera). La nova realitat que vivim com a societat i els reptes comunicatius que plantegen les noves tecnologies digitals fan palesa la necessitat de vertebrar un Servei de Comunicació altament qualificat amb capacitats que si bé fins ara eren de suport o complementàries, avui es converteixen en pilars fonamentals de la comunicació: les habilitats digitals.



Aquest Servei està fermament vinculat amb les noves tendències digitals i les noves formes d'ús i consum comunicatiu de la ciutadania i, per tant, d'acord amb les accions del Pla de Comunicació, el personal de l'Ajuntament que les ha de liderar vagi en consonància amb aquestes tendències.

Es planteja, doncs, un horitzó organitzatiu on les persones que formen part del Servei de Comunicació tinguin competències en la gestió de la informació, en eines i canals de comunicació digital, en tractament d'imatges, gestió de les xarxes socials, edició de vídeo i animacions i en difusió multimèdia multicanal.

- 2) **La tecnificació del servei mitjançant l'increment en la qualificació de les categories professionals del mateix** derivada de la necessitat de qualificar i especialitzar la funció comunicativa dins de l'ens municipal. Segons el Manual de Bones pràctiques del Col·legi de Periodistes de Catalunya, el títol de Grau i de Màster son les titulacions universitàries que habilitarien per als professionals un coneixement adient pel que fa a comunicació i periodisme per a les administracions. Amb la incorporació de l'Espai Europeu de l'Ensenyament Superior (EEES) al dret intern, regulat per la Llei de l'Estat 7/2007 de 12 d'abril de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (article 76) i, actualment, en l'article 76 del Reial decret legislatiu 5/2015, de 30 d'octubre, pel qual s'aprova el text refós de la llei de l'Estatut bàsic de l'empleat públic (LEBEP), quedaria com a única categoria possible la del Grup A, vinculada a títol de doctor, llicenciat o equivalent.

Per tant, es fa necessari que per al desenvolupament de les funcions del Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Esparreguera el màxim de persones que en formen part tinguin una titulació universitària oficial, per tant, amb una categoria mínima d'A2.



Reorganització funcional i proposta organitzativa

Vist l'anàlisi de Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats (DAFO) i sintetitzats els eixos de transformació del servei pel que fa a la visió, les capacitats i l'encaix en l'organització, podem ja, també de manera esquemàtica, plantejar un reordenament de l'activitat:

D'una organització insostenible

- Amb un equip de comunicació corporativa amb 3 perfils funcionals que assumeix:
 - Atenció als mitjans
 - Gabinet de premsa
 - Imatge corporativa
 - Comunicació institucional
 - Suport comunicatiu als serveis
- Amb una emissora municipal, amb 6 perfils funcionals, que assumeix:
 - La programació diària de l'emissora
- Amb separació d'equips i especialització de funcions
- Amb sinèrgies inexistents

A una organització eficient

- Amb un equip organitzat que pugui assumir el conjunt d'activitats del servei:
 - Atenció als mitjans
 - Gabinet de premsa
 - Imatge corporativa
 - Comunicació institucional
 - Suport comunicatiu als serveis
 - Dinamització de mitjans de comunicació
 - Organització d'actes
 - Protocol
 - Comunicació interna
 - Suport en Transparència
 - Suport en Participació
 - Suport en e-Administració
- Amb hibridació d'equips, coordinació i treball transversal
- Gestionant serveis de comunicació i sent eficients



Estructura

El Servei de Comunicació compta actualment amb la següent estructura laboral:

- 1 plaça A1: TS Comunicació – Lloc de treball: Cap de Comunicació
- 2 places A2: TM Comunicació
- 5 places C1: Tècnic Auxiliar Comunicació
- 2 places C2: Auxiliar Comunicació

Respecte d'aquest punt de partida, sobre els eixos bàsics de transformació del servei explicats anteriorment i prenent com a fonaments la necessitat de desplegar el Pla de Comunicació Municipal, créixer en l'àmbit de la comunicació digital -potenciant-la sobre altres formats-, tecnificar el personal del servei i assumir una més gran versatilitat i transversalitat en la prestació de l'activitat, es planteja una proposta organitzativa estructurada de la següent manera:

- 1 plaça A1: TS Comunicació – Lloc de treball: Cap de Comunicació
- 3 places A2: TM Comunicació
- 3 places C1: Tècnic Auxiliar Comunicació
- 3 places C2: Auxiliar Comunicació

Actualment existeixen 2 places de TM de Comunicació vacants que caldria cobrir de manera immediata mitjançant les persones integrants de la borsa de treball de TM de Comunicació constituïda recentment a l'Ajuntament. La tercera plaça de TM de Comunicació hauria de ser el resultat de reconvertir la plaça de Tècnic Auxiliar de Comunicació (codi lloc de treball 1009).. Amb aquest canvi, el que es pretén és reforçar, de manera transversal, l'activitat de comunicació corporativa de l'Ajuntament i per impulsar el canvi en les dinàmiques dutes fins ara en l'àmbit dels mitjans de comunicació municipals (Ràdio Esparreguera), amb responsabilitats -com els altres dos perfils de TM de Comunicació- sobre els nous mitjans de comunicació digital que cal impulsar i el suport a la comunicació dels diferents serveis de la corporació a través de múltiples plataformes (vídeo, web, xarxes socials, podcast, imatge gràfica, etc.).

El plantejament de tecnificació del servei afecta a la plaça de Tècnica Auxiliar de Comunicació (codi lloc de treball 5248), dotada amb el 50% de dedicació, que es proposa que sigui utilitzada per a reforçar pressupostàriament les places de TM de Comunicació del servei amb el màxim de dedicació possible sense incrementar el pressupost total del capítol de personal.

D'aquesta manera, de les 5 places de Tècnic Auxiliar de Comunicació que tenim actualment al Servei de Comunicació, tres a jornada sencera i dos al 50% de dedicació, passàrem a tres places de Tècnic Auxiliar de Comunicació, dos a jornada sencera i una es mantindria al 50%.



Finalment, de les dues places d'Auxiliar de Comunicació que actualment disposa el Servei de Comunicació es passaria a un total de tres a través de la incorporació del perfil d'Auxiliar amb funcions d'organització d'actes, protocol actualment integrat al departament d'Alcaldia.

Ampliació de capacitats del Servei de Comunicació

Tot i que encara sense una base organitzativa sòlida, els i les professionals del Servei de Comunicació venen desenvolupant en els darrers anys bona part de les activitats exigibles a un servei com aquest (atenció als mitjans de comunicació, gabinet de premsa, imatge corporativa i comunicació institucional) i operant els mitjans de comunicació municipals (Ràdio Esparreguera). No obstant, hi ha altres activitats vinculades a la comunicació institucional que és necessari integrar dins el marc de treball del Servei de Comunicació per al seu impuls i que actualment es troben localitzades en un altre departament. Es tracta de les activitats d'organització d'actes públics i protocol.

Actualment aquestes capacitats es localitzen dins el departament d'Alcaldia, si bé caldria considerar que aquestes passessin a incorporar-se al Servei de Comunicació integrant-ne orgànicament tant les activitats com el perfil professional que les du a terme, de manera que la coordinació entre la comunicació institucional i l'organització d'actes quedés reforçada i garantís una millor gestió comunicativa de les activitats que demanen presència pública dels càrrecs electes del consistori. La motivació, doncs, d'aquesta incorporació és millorar la coordinació i la gestió informativa d'aquells actes que requereixin la presència dels representants del govern municipal.

Cost de Capítol 1³:

Plaça laboral	Categoria professional	Número d'efectius	Cost brut per categoria	Total
TS Comunicació	A1	1	32.539,53 €	32.539,53 €
TM Comunicació	A2	3	29.525,27 €	88.575,81 €
Tècnic/a Aux. de Comunicació	C1	3	24.152,35 €	72.457,06 €
Auxiliar de comunicació	C2	3	17.808,80 €	53.426,39 €
Total estimat				246.998,78 €

³ El cost s'ha estimat a partir de la taula retributiva de l'Ajuntament d'Esparreguera per a les diferents categories professionals, si bé no s'hi inclouen els triennis ni el cost de les cotitzacions a la Seguretat Social donat que són valors variables que depenen del cas particular de la persona que ocupa cada lloc de treball. Les estimacions de cost s'han fet sobre dedicacions al 100% de la jornada en tots els casos, si bé actualment hi ha places dotades amb menys dedicació. L'estimació serveix, en tot cas, per fer el dimensionament de cada model.

**Avantatges:**

S'incrementa la tecnificació i s'incorporen dues peces bàsiques que han de possibilitar el canvi en les dinàmiques de treball i l'impuls de la comunicació digital municipal. Es mantenen totes les places laborals.

Inconvenients:

Implica un alt cost estructural i la permanència de molts perfils professionals d'alta especialització, amb limitació per desenvolupar un ampli ventall de funcions de manera transversal dins del servei.



5. Descripció de funcions i responsabilitats

El detall dels rols, les responsabilitats i les tasques dels professionals adscrits al Servei de Comunicació són les següents per a les diferents categories professionals:

Tècnic/a Superior de Comunicació – Funcions de Cap de Servei de Comunicació

Responsabilitats

Estratègia de comunicació	<ul style="list-style-type: none"> • Definir i Orientar l'estratègia de Comunicació de l'Ajuntament juntament amb els seus càrrecs directius. • Definir i fer implementar el Pla de Comunicació Municipal. • Contribuir activament al desenvolupament del discurs, els missatges i la imatge corporativa municipal. • Coordinar funcionalment les diferents unitats dins del servei i vetllar pel seu desenvolupament, evolució i creixement. • Coordinació amb altres àrees i els caps de servei de l'Àrea de Presidència per fer avançar projectes estratègics del consistori. • Donar suport i assistència als membres del govern municipal i l'equip directiu municipal en l'àmbit de la comunicació pública.
Comunicació de crisi	<ul style="list-style-type: none"> • Definir els protocols de comunicació en situacions excepcionals. • Fer la diagnosi al voltant de la situació de crisi i activar els protocols de comunicació establerts. • Liderar la comunicació (missatges, canals i recursos) en períodes de situació excepcional. • Mesurar l'evolució de l'estat de crisi i proposar mesures que afavoreixin la seva dissolució. • Assessorar als membres del govern municipal i equip directiu municipal en l'àmbit de la comunicació en situacions de crisi.
Prensa i relació amb els mitjans	<ul style="list-style-type: none"> • Organitzar i gestionar convocatòries i rodes de premsa, i trobades amb periodistes. • Atendre peticions d'informació, entrevistes o documentació relacionada amb el consistori i/o la vida municipal. • Realitzar trobades periòdiques amb els periodistes i els directors dels mitjans per tal d'entendre les dinàmiques informatives d'aquests, establir-hi vincles i traslladar-los els eixos bàsics de l'estratègia comunicativa de l'Ajuntament.



Participació, govern obert i transparència	<ul style="list-style-type: none"> • Donar suport a les iniciatives i processos de participació ciutadana des de la vessant comunicativa. • Coordinar iniciatives de comunicació que permetin assolir un nivell excel·lent en l'àmbit del govern obert. • Impulsar i donar suport al desplegament de nous espais i plataformes digitals de relació amb la ciutadania.
Direcció executiva dels mitjans de comunicació	<ul style="list-style-type: none"> • Fixar la programació de Ràdio Esparreguera i el pla de publicacions municipal i renovar-los anualment. • Validar els programes d'elaboració pròpia de l'emissora municipal i l'estructura de continguts dels mitjans de comunicació municipal. • Proposar i edicions i emissions especials (Sant Jordi, Festa Major, Eleccions Municipals, etc.) a través dels mitjans de comunicació municipals. • Assegurar la publicació periòdica i l'actualització permanent de les diferents publicacions municipals. • Assegurar la qualitat, la diversitat i la vigència dels continguts publicats per l'emissora municipal de ràdio i la resta de mitjans de comunicació.
Direcció administrativa i de personal del servei	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar el pressupost i portar el control de la despesa del Servei. • Organitzar l'equip (horaris, vacances, torns i guàrdies) i fer la coordinació del personal de Servei. • Validar la planificació del calendari informatiu i dels torns de guàrdia i de vacances per al conjunt del personal del servei. • Donar suport als processos selectius en l'àmbit del Departament de Comunicació . • Fer l'avaluació anual de productivitat dels empleats del servei.
Assessorament en matèries pròpies del servei de Comunicació	<ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilitza de la iniciació, seguiment i execució dels expedients corresponents. • Realitza propostes de resolució en matèria de comunicació i d'altres relacionades amb la gestió realitzada pel servei de comunicació (per exemple expedients de contractació...) , sempre sota la supervisió del seu superior immediat. • Emet informes corresponents en matèria de comunicació, a sol·licitud del seu superior immediat. • Redacta Plec de clàusules tècniques dels diferents contractes que gestiona el servei de comunicació.



Tècnic/a Mig de Comunicació

Responsabilitats

Coordinació editorial	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la graella informativa dels mitjans de comunicació municipals i els canals de comunicació institucionals. • Elaborar l'agenda informativa en coordinació amb el/la Cap de Comunicació i la resta de Tècnics/ques de Comunicació. • Definir i aplicar el llibre d'estil dels mitjans de comunicació i els canals de comunicació institucionals. • Manteniment i foment dels fluxos d'informació adients amb altres serveis, àrees, departaments i organismes per garantir una bona prestació del servei.
Producció periodística	<ul style="list-style-type: none"> • Redactar i editar peces informatives seguint criteris periodístics i de comunicació pública per als mitjans de comunicació municipals i els canals de comunicació institucionals. • Produir, guionitzar i locutar els espais i programes radiofònics de la seva responsabilitat o, en el seu cas, fer l'edició i tancament editorial de les diferents publicacions municipals. • Adaptar els continguts treballats per al seu aprofitament en la resta de mitjans de comunicació i edicions municipals. • Assegurar el desplegament multicanal dels continguts informatius produïts pels mitjans de comunicació (ràdio, xarxes socials, web portal de notícies, butlletins electrònics, revista municipal, etc.). • Assegurar l'adaptació gràfica de tots els continguts: tractament fotogràfic, videogràfic i infoogràfic de les informacions. • Fer la cobertura informativa dels principals actes institucionals, plens, fires, festes i demás actes de l'agenda municipal i de les entitats de la vila. • Fer l'actualització i manteniment de la pàgina web (secció notícies) de Ràdio Esparreguera i les xarxes socials de l'emissora municipal o, en el seu cas, fer l'actualització i manteniment de les publicacions i plataformes de difusió sota el seu àmbit de responsabilitat. • I, totes aquelles funcions pròpies del lloc de treball, que li siguin assignades pel seu superior jeràrquic.



<p>Prensa i relació amb els mitjans</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear i distribuir notes i convocatòries de premsa als mitjans de comunicació. • Mantenir i segmentar la base de dades de contactes amb periodistes i mitjans de comunicació. • Donar suport a la convocatòria de rodes de premsa i trobades amb periodistes. • Preparar documentació, publicacions especials i dossiers informatius per als mitjans de comunicació i periodistes. • Atendre peticions d'informació, entrevistes o documentació relacionada amb el consistori i/o la vida municipal. • Fer cobertura informativa de rodes i de convocatòries de premsa assegurant-ne el seguiment periodístic, fotogràfic i comunicatiu.
<p>Imatge corporativa i publicitat institucional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar i executar el desplegament de la imatge corporativa institucional. • Fer el seguiment de la correcta aplicació de la imatge i arquitectura de marca de l'Ajuntament. • Supervisar la producció del material corporatiu de l'Ajuntament en coordinació amb els diferents serveis municipals. • Planificar, dissenyar i executar campanyes de publicitat institucional a través de diferents mitjans i canals: premsa, xarxes socials, buscadors, etc. • Vetllar per la producció de continguts i suports publicitaris en format digital i per a la seva inserció en publicacions paper. • Coordinar l'elaboració i validar els suports gràfics necessaris per a la difusió des del Servei de Comunicació. • Conceptualitzar i produir de petites peces multimèdia per a les xarxes socials. • Editar petites càpsules de vídeo i animacions de reforç a les diferents iniciatives de difusió del servei a través de les xarxes socials i les plataformes digitals. • Assegurar el manteniment, conservació i ampliació dels fons fotogràfic del Departament de Comunicació.
<p>Assessorament en matèries pròpies del</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es responsabilitza de la iniciació, seguiment i execució dels expedients corresponents. • Realitza propostes de resolució en matèria de comunicació i d'altres relacionades amb la gestió realitzada pel servei de



servei de Comunicació	comunicació (per exemple expedients de contractació...), sempre sota la supervisió del seu superior immediat. <ul style="list-style-type: none">• Emet informes corresponents en matèria de comunicació, a sol·licitud del seu superior immediat.• Redacta Plec de clàusules tècniques dels diferents contractes que gestiona el servei de comunicació.• Col·labora amb el seu superior en l'establiment de criteris i programació de les accions a executar en el seu àmbit competencial, assessorant sobre temes relacionats amb la comunicació.• Proposa la planificació del calendari informatiu i dels torns de guàrdia i de vacances per al conjunt del personal del servei, a validar pel/la Cap de Comunicació.
----------------------------------	--



Tècnic/a Auxiliar de Comunicació

Responsabilitats

Producció informativa

- Redactar i editar peces informatives seguint criteris periodístics i de comunicació pública per als mitjans de comunicació municipals i els canals de comunicació institucionals.
- Fer seguiment de la informació generada des de cada servei municipal i coordinar-se amb aquests per determinar els continguts importants i temes noticiables.
- Mantenir i actualitzar el contingut informatiu de les plataformes web corporatives o, en el seu cas, dels mitjans de comunicació municipals.
- Produir, guionitzar, redactar i locutar els espais i programes radiofònics de la seva responsabilitat o, en el seu cas, els espais informatius i seccions que li siguin assignats en altres mitjans de comunicació municipals o canals institucionals.
- Editar i fer l'enviament periòdic dels butlletins i publicacions electròniques en l'àmbit dels mitjans de comunicació municipal o, en el seu cas, dels canals institucionals.
- Realitzar la planificació i publicació periòdica de continguts i informacions a les xarxes socials corporatives o, en el seu cas, dels mitjans de comunicació municipal.
- Dur a terme el seguiment de l'impacte de l'activitat dels mitjans de comunicació municipals i canals de comunicació institucionals de l'Ajuntament.
- Vetllar per l'actualització de l'agenda del web municipal en coordinació amb els diferents serveis de l'Ajuntament.
- Adaptar els continguts treballats per al seu aprofitament en la resta de mitjans de comunicació i edicions municipals.
- Assegurar l'adaptació gràfica de tots els continguts: tractament fotogràfic, videogràfic i infogràfic de les informacions.
- Fer la cobertura informativa dels principals actes institucionals, plens, fires, festes i demés actes de l'agenda municipal i de les entitats de la vila.
- I, totes aquelles funcions pròpies del lloc de treball, que li siguin assignades pel seu superior jeràrquic.



**Planificació,
coordinació i
documentació**

- Planificar la producció de continguts juntament amb la resta de treballadors i treballadores del servei.
- Coordinar-se amb la resta de treballadors i treballadores del servei per a la cobertura informativa d'esdeveniments i el repartiment de funcions segons la planificació setmanal.
- Articular i/o mantenir un sistema eficaç i compartit d'emmagatzematge i conservació de les informacions publicades.
- Gestionar l'arxiu documental de manera eficaç i col·laborativa per a facilitar la localització i reutilització dels recursos gràfics, informacionals, sonors i videogràfics de l'Ajuntament.

**Gestió
administrativa**

- Vetlla per l'acompliment dels tràmits administratius en els terminis assenyalats mitjançant la revisió i actualització de la normativa reguladora en la matèria.
- Tramita els expedients i fa un seguiment dels mateixos d'acord amb les directrius i els procediments establerts pels seus superiors.
- Redacta documents de caràcter administratiu (decrets, dictàmens, entre d'altres) amb autonomia i d'acord amb la normativa general específica, així com d'altres documents necessaris per a la gestió i el seguiment de l'activitat del seu àmbit.
- Tramita la documentació necessària per tal d'establir convenis de col·laboració amb altres organismes i institucions.
- Ofereix suport administratiu de gestió als tècnics de l'àmbit que ho requereixin.



Auxiliar de Comunicació

Responsabilitats

Producció informativa	<ul style="list-style-type: none"> • Produir, guionitzar, redactar i locutar els espais i programes radiofònics de la seva responsabilitat o, en el seu cas, els espais informatius i seccions que li siguin assignats en altres mitjans de comunicació municipals o canals institucionals. • Vetllar per l'actualització de l'agenda del web municipal en coordinació amb els diferents serveis de l'Ajuntament. • Adaptar els continguts treballats per al seu aprofitament en la resta de mitjans de comunicació i edicions municipals. • Assegurar l'adaptació gràfica de tots els continguts: tractament fotogràfic, videogràfic i infoogràfic de les informacions. • Fer la cobertura informativa dels principals actes institucionals, plens, fires, festes i demés actes de l'agenda municipal i de les entitats de la vila. • I, totes aquelles funcions pròpies del lloc de treball, que li siguin assignades pel seu superior jeràrquic.
Planificació, coordinació i documentació	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la producció de continguts juntament amb la resta de treballadors i treballadores del servei. • Coordinar-se amb la resta de treballadors i treballadores del servei per a la cobertura informativa d'esdeveniments i el repartiment de funcions segons la planificació setmanal. • Articular i/o mantenir un sistema eficaç i compartit d'emmagatzematge i conservació de les informacions publicades. • Gestionar l'arxiu documental de manera eficaç i col·laborativa per a facilitar la localització i reutilització dels recursos gràfics, informacionals, sonors i videogràfics de l'Ajuntament.
Gestió administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar els expedients vinculats a la seva unitat de treball.



6. Calendari i horari laboral

Calendari

El calendari laboral del Servei de Comunicació es proposa, per primera vegada, unificat per a tot el personal. S'ajusta a la necessitat de donar cobertura al servei durant tots els dies hàbils de l'any, sense generar hores d'escreix i adaptat a les majors i menors càrregues de feina per les festes de Nadal i els mesos d'estiu.

CALENDARILABORAL 2022												COMUNICACIÓ 7,5h		
DIA	GENER	FEBRER	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DESEMBRE		
1	FN	7,5	7,5	7,5	FN	7,5	6,5	6,5	7,5	CS	FN	7,5		
2	CS	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	7,5	CS	7,5	7,5		
3	6,5	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
4	6,5	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
5	6,5	CS	CS	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	7,5	7,5	CS	7,5		
6	FN	CS	CS	7,5	CS	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS	FN		
7	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	7,5	F		
8	CS	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	6,5	CS	7,5	CS	7,5	FN		
9	CS	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	7,5	CS	7,5	7,5		
10	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
11	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	FL	6,5	FN	7,5	7,5	CS		
12	7,5	FL	CS	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	7,5	FN	CS	7,5		
13	7,5	CS	CS	7,5	7,5	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS	7,5		
14	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	7,5	7,5		
15	CS	7,5	7,5	FN	CS	7,5	6,5	FN	7,5	CS	7,5	7,5		
16	CS	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	7,5	CS	7,5	7,5		
17	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
18	7,5	7,5	7,5	FN	7,5	CS	6,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
19	7,5	CS	CS	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	7,5	7,5	CS	7,5		
20	7,5	CS	CS	7,5	7,5	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS	7,5		
21	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	6,5	CS	7,5	7,5	7,5	7,5		
22	CS	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	6,5	CS	7,5	CS	7,5	7,5		
23	CS	7,5	7,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5	7,5	CS	7,5	7,5		
24	7,5	7,5	7,5	CS	7,5	FN	CS	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
25	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS		
26	7,5	CS	CS	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	7,5	7,5	CS	FN		
27	7,5	CS	CS	7,5	7,5	6,5	6,5	CS	7,5	7,5	CS	6,5		
28	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	CS	7,5	7,5	7,5	6,5		
29	CS	7,5	7,5	7,5	CS	6,5	6,5	CS	7,5	CS	7,5	6,5		
30	CS	7,5	7,5	CS	7,5	6,5	CS	6,5	7,5	CS	7,5	6,5		
31	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	CS	6,5	7,5	7,5	7,5	6,5		
TOTAL:	147	150	172,5	142,5	165	158,5	130	143	165	150	157,5	181		

Jornada de treball funcionaris estat 1.642

Total hores dies laborables: 1.807
 Vacances: 165
 Total hores (deduïts festius i vacances): 1.642
 Escreix/decreix d'hores: 0 hores

Horari laboral i torns de guàrdia

L'horari de prestació preferent i habitual de tot el Servei de Comunicació ha de ser de matins, de dilluns a divendres, ja que és en aquesta franja horària quan millor es pot fer la producció de l'actualitat informativa, que ha de generar-se i difondre's diàriament, i quan és possible contactar i coordinar-se millor amb les principals fonts informatives del servei, que són la resta de serveis municipals, que fan prestació habitualment entre les 8.00 i les 15.00h de dilluns a divendres.

A banda d'aquest horari preferent, en el cas de l'emissora municipal de ràdio, és necessari establir un horari de tardes, de dilluns a divendres, de 15.00 a 22.00h, per tal de possibilitar que la ciutadania, les entitats, les associacions i les escoles del municipi



puguin accedir a l'equipament a enregistrar els seus programes i podcasts. Aquest horari, en el benentès que Ràdio Esparraguera ha de continuar sent un equipament obert al municipi, es planteja necessari i demana que al menys un dels treballadors el pugui fer. Amb aquest torn horari poden, en tot cas, establir-se rotacions i suplències amb els treballadors que habitualment fan la prestació en horari de matí.

Disponibilitat del Servei

La singularitat del Servei de Comunicació, però, no queda resolta amb aquest disseny horari fonamental, doncs la seva naturalesa de servei bàsic d'informació el fa mantenir actiu, amb el personal mobilitzat, de manera permanent: fora fins i tot dels torns laborables habituals, durant els caps de setmana i les jornades festives. És justament sota aquesta lògica que recentment el Ple de l'Ajuntament va acordar una modificació del Catàleg de Llocs de Treball per atorgar una disponibilitat per períodes específics a tres dels professionals de servei, tots ells amb categoria laboral de Tècnic/a Auxiliar de Comunicació (C1). D'aquesta manera es donava un primer pas en el reconeixement de l'especial dedicació dels professionals del Servei de Comunicació.

Davant la nova proposta organitzativa, però, amb la creació de noves places laborals de categoria A2 (Tècnic/a Mig de Comunicació) cal reformular aquest model de compensació per a donar cobertura a l'activitat fora de l'horari habitual de treball i continuar garantint la cobertura informativa durant qualsevol jornada de l'any i davant de qualsevol eventualitat. I és per això que es proposa que totes les noves places de categoria A2 incorporin el següent plantejament en el disseny dels seu horari laboral:

- Horari preferent de prestació de matí, com la resta del servei, de dilluns a divendres
- Realització d'un horari de prestació fix de 6,5 hores diàries⁴
- Reserva de 2 hores setmanals per a la cobertura informativa i prestació fora de l'horari laboral, caps de setmana i festius
- Disponibilitat i flexibilitat per a la prestació d'aquestes 2 hores fora de l'horari bàsic de treball
- Participació en una roda de torns amb la resta de companys per a garantir, quan sigui necessari, la cobertura de l'actualitat i la difusió a través dels canals corporatius i els mitjans de comunicació municipals
- Compensació econòmica integrada en el complement específic que gratifiqui aquesta bossa d'hores fora de l'horari habitual de prestació, estimada en 210 euros bruts mensuals⁵.

⁴ S'ha estimat que amb l'actual disponibilitat pressupostària es podria dotar les tres places de TM de Comunicació al 86,66% de dedicació, és a dir, 6,6 hores diàries per a un total de 1422,95 hores.

⁵ Els 210 € mensuals resulten d'estimar la realització de 2 hores setmanals en règim de disponibilitat amb una cotització del preu hora bonificat amb el 25% adicional.



El personal del Servei de Comunicació d'altres categories professionals que no estigui, per tant, subjecte a aquesta disponibilitat podrà recórrer als models de compensació dels serveis extraordinaris, en cas que els duguin a terme, segons es contempla l'acord regulador de les condicions de treball comunes dels empleats públics de l'Ajuntament.



7. Mecanismes de coordinació

Vertebrada l'organització, a fi d'assegurar un flux eficient de l'activitat a nivell tant a nivell estratègic, com a nivell operatiu i polític, es preveuen els següents mecanismes de coordinació:

1) Nivell estratègic

Comitè de Comunicació Estratègica. Format pel Cap de Comunicació i els Tècnics/ques Mig de Comunicació. Es reunirà periòdicament (un cop al mes) i les seves funcions tindran a veure amb:

- Definir els objectius i disseny de polítiques d'actuació en Comunicació
- Monitoritzar els projectes i accions que es porten a terme
- Estar atent a les necessitats i percepcions de la ciutadania per a donar respostes adequades des de la Comunicació municipal
- Vetllar de forma continuada per l'excel·lència en el servei
- Proposar noves iniciatives i projectes de nou desenvolupament a Alcaldia per tal de tirar-los endavant si s'escau

Gabinet de Comunicació de Crisi. Compost per: Alcalde, Regidor de Comunicació, Cap de Comunicació, delegat de Protecció Civil, Cap de la Policia Local i, específicament segons l'assumpte, representants d'entitats afectades. El seu funcionament ha de ser temporal durant l'existència de la crisi; de manera que mentre duri segurament requerirà trobades permanents per a coordinar i executar accions. Les seves funcions consisteixen a dissenyar una política informativa única i centralitzada en funció dels esdeveniments, i activar els millors canals per a la difusió de missatges segons cada cas.

2) Nivell operatiu

Taula de coordinació editorial: En ella hi participaran tots els treballadors/es del departament i es reunirà de forma setmanal. Es tracta de sessions de treball de curta durada (1 hora) per a comentar el pla de treball dels propers 7 dies i organitzar-se i ser operatius pel que fa a prioritats i accions a desenvolupar. Les seves principals funcions han de ser:

- Planificació de cobertures informatives, organització dels recursos, i definició dels missatges a divulgar.
- Seguiment de l'activitat editorial de l'Ajuntament i gestió dels canals i les publicacions.
- Proposta de nous continguts i formats de la comunicació municipal.
- Revisió i avaluació de les actuacions passades.



Comissions de coordinació reflectides en el Pla d'Acció. Comissions vinculades directament a donar resposta a les accions definides al Pla d'Acció, entre les quals destaquen:

- Trobada mensual de coordinació entre del Departament de Comunicació i els departaments de l'Ajuntament més directament implicats en la implantació de l'administració electrònica. L'objectiu d'aquesta reunió és compartir i prioritzar les informacions i tràmits que en cada moment és necessari facilitar a la ciutadania amb la seva relació amb l'Ajuntament.
- Sessions informatives mensuals amb els diferents departaments de l'Ajuntament per a conèixer els projectes més rellevants que s'estan duent a terme i els resultats obtinguts, a fi de poder-los divulgar a la ciutadania. Les sessions –de durada breu, màxim 20 minuts- busquen posar en valor la feina realitzada, compartir les bones pràctiques, fer circular la informació internament i aconseguir un major coneixement dels treballadors i dels projectes en marxa.

3) Nivell polític

Comissió Informativa de Presidència i Bon Govern. Comissió vinculada directament a la comunicació entre els diferents regidors del Consistori Municipal en els afers de cada una de les àrees delegades als regidors de govern. En aquest cas, en els temes rellevants que s'hagin de tractar en quant a comunicació municipal caldrà fer-ho constar en l'ordre del dia per tal de debatre i/o informar en cada cas. S'hauria de periodificar un rapport semestral de les principals tasques fetes en comunicació perquè siguin posades en coneixement a l'equip polític i en puguin fer ressò també a través dels seus canals de comunicació habituals.

