



DOCUMENTO VII
PLAN DE DIFUSIÓN





ÍNDICE

DOCUMENTO VII / PLAN DE DIFUSIÓN

01 / 1. CONTEXTUALIZACIÓN

01 / 2. OBJETIVOS

02 / 3. PÚBLICO OBJETIVO Y MENSAJE

03 / 4. CANALES DE DIFUSIÓN

04 / 5. PLAN DE ACCIÓN

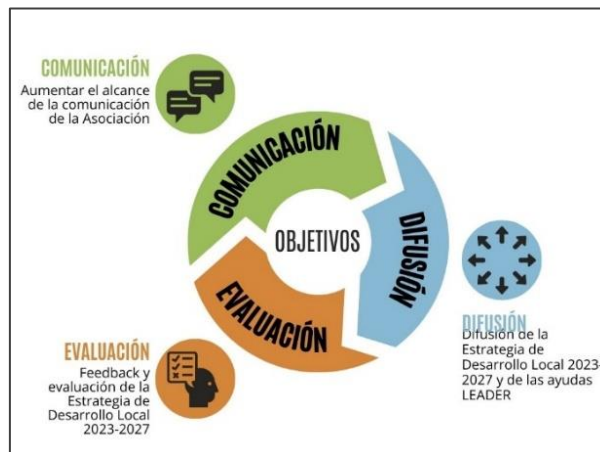
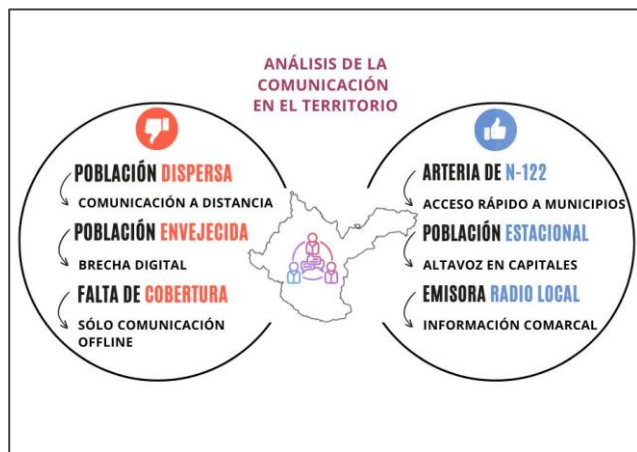
05 / 6. EVALUACIÓN DE RESULTADOS



PLAN DE DIFUSIÓN

1. CONTEXTUALIZACIÓN

- **Análisis del territorio:** La difusión y comunicación dentro de nuestro territorio tiene varias barreras estructurales: dispersión de la población, envejecimiento y falta de cobertura digital. Por el contrario, la zona también tiene sus puntos fuertes en esta materia, la rapidez de acceso a los núcleos más poblados a través de la N-122, la población estacional y vinculada conectada con grandes centros urbanos (Madrid, Barcelona, Zaragoza, etc.) que puede hacer de altavoz y el gran recurso que supone tener una emisora de radio local que llega a más del 90% del territorio (Cope Uxama).
- **Análisis de la Asociación:** Tierras del Cid es una entidad con una amplia base de contactos, después de casi 30 años trabajando de manera continuada en el territorio. Hasta ahora la comunicación de la Asociación se ha desarrollado de manera no formal, a través de los medios propios de los que dispone, lo que ha permitido un crecimiento natural y gradual. La difusión y comunicación que realiza la Asociación en el mundo digital es amplia con presencia tanto a nivel de web, redes sociales (RRSS), boletines digitales, campañas de mailing, etc.
- **Análisis de los medios digitales utilizados:** El medio de difusión y comunicación digital fundamental de la Asociación es la web www.tierrasdelcid.es, que tiene una media de 700 visitas mensuales, con un posicionamiento orgánico en la primera página de los principales buscadores, aunque los usuarios entran también desde enlaces directos, RRSS y mailing. Las campañas de mailing tienen unas tasas de apertura superiores al 40%. El alcance en RRSS, a través de los distintos canales utilizados, llega a una comunidad de entre 500-800 personas. Estos medios digitales muestran la capacidad de la Asociación para llegar a un público amplio trascendiendo los límites del propio ámbito de trabajo.



2. OBJETIVOS

El plan de difusión tiene tres grandes bloques de objetivos:

- Aumentar la presencia de Tierras del Cid como una herramienta para el desarrollo comarcal:
 - Llegar a los diferentes colectivos y sectores de actividad.
 - Identificar a los actores locales que puedan participar en las distintas acciones propuestas.

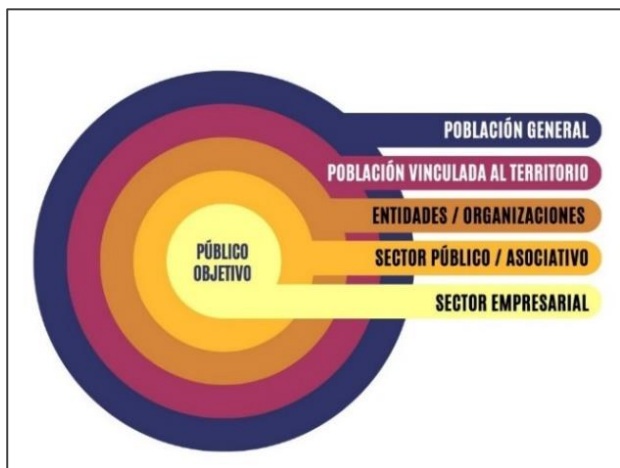


- Difundir la Estrategia de Desarrollo Local LEADER 2023-2027 (EDLL):
 - Informar de las distintas líneas de ayuda contempladas.
 - Detallar los requisitos y tramites establecidos.
 - Sobrepasar las líneas fronterizas de la comarca para captar y retornar talento.
- Recibir feedback de los diferentes sectores de población local sobre la EDLL 2023-2027:
 - Evaluar y enriquecer la EDLL por parte de los actores locales.
 - Adaptar las líneas de actuación a un contexto que puede ser cambiante.
 - Generar un proceso de reflexión continua sobre la realidad y posibilidades de la comarca.

3. PÚBLICO OBJETIVO Y MENSAJE

Para fijar el público objetivo se ha categorizado respecto a los círculos de proximidad o vínculo con la Asociación. En el centro están quienes están más conectados con nuestra comunicación, y según pasamos a círculos externos a quienes tenemos más lejos del foco:

- Sector empresarial (Beneficiarios LEADER)
- Sector público/asociativo (Beneficiarios LEADER)
- Entidades/organizaciones que actúan en el territorio y que pueden servir de nexo de unión con potenciales promotores y de altavoz de las actividades y de las iniciativas que se ponen en marcha en el territorio.
- Población vinculada al territorio (residente/estacional/emigrada).
- Población en general.



El mensaje que se pretende trasladar tiene que adaptarse al público al que va dirigido en cada caso, pero debe mantener unos elementos comunes para que sea reconocible y nos identifique:

- Tierras del Cid tiene como objetivo contribuir al desarrollo del territorio a través de la gestión de fondos LEADER, con los que se pretende financiar proyectos empresariales, públicos y asociativos que generen actividad y empleo, mejoren la calidad de vida de la población y refuercen la cohesión social.
- A través de estos proyectos y otras líneas de actuación la Asociación quiere favorecer la fijación de población y la atracción de talento nuevo o retornado.
- Promover la innovación, la digitalización y la sostenibilidad de los proyectos llevados a cabo en el territorio avanzando en un proceso de transición justa.
- La Asociación actúa como nexo de unión, dinamización y catalizador de la sociedad que está de una u otra manera vinculada al territorio, o puede llegar a estarlo.

4. CANALES DE DIFUSIÓN

La Asociación tratará de utilizar todos los medios de difusión y comunicación a su alcance, buscando la mayor eficiencia en el uso de los recursos públicos, tratando de buscar el equilibrio entre el coste del medio o servicio empleado y la capacidad de difusión y alcance de las convocatorias. La Asociación generará información y contenidos propios apoyándose en el trabajo realizado por el personal del equipo técnico que cuenta con las competencias digitales necesarias, pudiendo recurrir a asistencias técnicas especializadas para el desarrollo de determinadas campañas o iniciativas concretas.

Se van a emplear canales de difusión convencionales (offline) y digitales (online) de manera complementaria.

Canales de difusión offline:

- **Presentaciones públicas a nivel comarcal:** Presentaciones públicas y jornadas informativas específicas por distintos puntos de la geografía comarcal.
- **Prensa escrita local:** Aprovechar la información de carácter comarcal difundida por los diarios provinciales, Diario-Heraldo de Soria y El Día de Soria.
- **Radio local:** Continuar con la edición de un pequeño espacio informativo de periodicidad semanal en la emisora Cope Uxama con información directa sobre las diferentes líneas de ayuda, evolución de la Estrategia, beneficiarios, actuaciones más relevantes, la Asociación, etc.
- **Televisión provincial:** Apariciones puntuales en Canal 8 de Soria para la difusión de los proyectos más relevantes.
- **Cartelería y tablones de anuncios locales:** Colocación de cartelería física en Ayuntamientos, Centros culturales y educativos, espacios de coworking y viveros de empresas, etc. Aprovechar el escaparate de la oficina de la Asociación, en la Plaza Mayor de San Esteban, que ya se ha convertido en un punto de referencia de la información comarcal.
- **Actos de relaciones públicas:** Coordinación con las entidades e instituciones que tienen el primer contacto con los potenciales promotores, cuando el proyecto está todavía en una fase preliminar o es solo una idea a desarrollar: Ayuntamientos, Diputación Provincial, Servicios Territoriales, entidades financieras, ICE, Iberaval, Soria Futuro, asesorías y gestorías, Cámara de Soria, FOES, Parque Científico de la UVA, Cesefer, El Hueco, Tragsatec, etc.
- **Presencia en eventos:** Organización y participación en eventos, jornadas, encuentros, etc.
- **Contacto directo:** Contacto personal con promotores y población local en general en las instalaciones de la Asociación en San Esteban de Gormaz o en otros espacios.

Canales de difusión online:

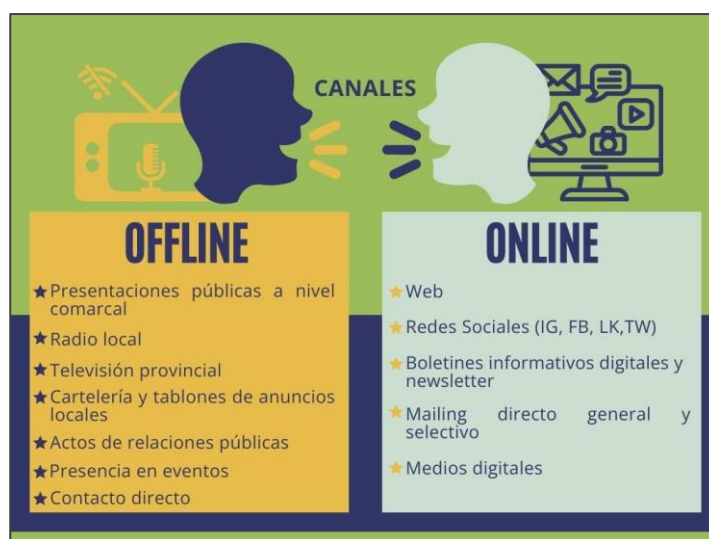
Web: Convertir la web de la Asociación www.tierrasdelcid.es, en una herramienta de difusión permanente con información detallada y actualizada de la EDLL y de las actividades de la Asociación.

- **RRSS:** Mejorar y ampliar la presencia y alcance de la Asociación en las diferentes plataformas (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter). Crear perfiles nuevos en las plataformas donde interactúen los jóvenes para llegar directamente a ellos.



- **Boletines informativos digitales y newsletter:** Dar a conocer la Estrategia y las iniciativas acogidas a la misma, las convocatorias específicas, los proyectos que se van aprobando, los proyectos ejecutados, otras ayudas o convocatorias, etc.

- **Mailing directo general y selectivo:** Crear campañas dirigidas a colectivos generales o específicos a través de la base de datos de la Asociación que deberá actualizarse y completarse regularmente.



- **Prensa digital:** Apoyarse en los medios digitales provinciales, Soria Noticias, Desde Soria, y las versiones digitales de los diarios provinciales.

5. PLAN DE ACCIÓN

El sistema de divulgación de la EDLL y de las ayudas LEADER garantizará los principios de publicidad, concurrencia, objetividad e imparcialidad, en lo que respecta a la posibilidad de obtención de ayudas, tal y como quedará reflejado en el Procedimiento Interno de Gestión.

La Asociación **desarrollará un proceso proactivo en la captación de inversiones e inversores**, tanto dentro como fuera del ámbito comarcal, y en la promoción directa de iniciativas no cubiertas por la iniciativa pública o privada, abordando proyectos de carácter comarcal que contribuyan a alcanzar los objetivos estratégicos.

Asimismo, la Asociación reflejará en todos los materiales publicitarios y promocionales la cofinanciación de la Junta de Castilla y León, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), ajustándose a la normativa sobre difusión y publicidad establecida por la Unión Europea y la Junta de Castilla y León, para garantizar la transparencia en la financiación de los proyectos y la procedencia de las ayudas públicas.

OBJETIVO	ACCIÓN	CANAL	ADAPTADA AL TERRITORIO	ADAPTADA POR SECTORES
ACCIONES PARA AUMENTAR EL ALCANCE DE LA COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN	Simplificar y rediseñar la web	WEB	SI	SI
	Rebranding de la marca	WEB/RRSS	SI	NO
	Humanizar la asociación y personalizar	WEB/RRSS	SI	SI
	Tener anclado un post de Tierras del Cid	WEB/RRSS	SI	SI
	Adaptar las publicaciones a cada red social	RRSS	NO	SI
	Crear contenido informativo y divulgativo	RRSS	SI	SI
	Jornadas especiales para socios, colectivos y sectores	EVENTOS	SI	SI
	Mantener presencia en ferias y eventos	EVENTOS	SI	SI
	Actualizar y estructurar las bases de datos	MAILING/ CONTACTO DIRECTO	NO	SI
ACCIONES PARA LA DIFUSIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL 2023-2027	Aumentar la presencia en medios	RADIO/PRENSA/ TV	SI	SI
	Creación de una web exclusiva para EDL	WEB	SI	SI
	Edición de una guía del promotor	WEB	SI	SI
	Presentación online de la documentación	WEB	SI	SI
	Edición de material promocional	WEB/RRSS	SI	SI
	Difusión y promoción de los proyectos financiados	WEB/RRSS	SI	SI

	Promoción de la web a través de una estrategia de lanzamiento	WEB/RRSS/ CARTELERIA	SI	NO
	Edición de en papel de determinados contenidos de la web	CARTELERIA	SI	SI
	Estrategia de relaciones públicas	BASE DATOS	SI	SI
	Presentaciones sectoriales y territoriales	EVENTOS	SI	SI
	Difusión de las ayudas LEADER en los medios	RADIO/ PRENSA/TV	SI	SI
ACCIONES PARA LA EVALUACIÓN Y EL ENRIQUECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA	Sección de participación (consultas, encuestas) en la web EDLL	WEB	SI	NO
	Revisión de las métricas en función indicadores de resultado previstos	WEB/ RRSS/ CONT.DIRECTO	SI	SI
	Debates en RRSS sobre diferentes puntos de la Estrategia	RRSS	SI	SI
	Formularios de evaluación a los propios promotores	WEB/ PAPELERIA	SI	SI
	Formularios de sugerencias en papel en los Ayuntamientos	PAPELERIA	SI	NO
	Jornadas feedback o consultas específicas a sectores	EVENTOS	SI	SI

6. EVALUACIÓN DE RESULTADOS

La evaluación es esencial en todos los planes y programas, más en este caso, teniendo en cuenta la multitud de factores, tanto internos como externos, que influyen sobre el territorio y la difusión de la Estrategia de Desarrollo Local LEADER 2023-2027. Por eso, la revisión de las métricas del plan de difusión está planteada con una periodicidad trimestral, para poder aplicar los ajustes necesarios de una manera continuada, aunque los datos se recogerán diariamente.

Para la difusión y comunicación de la EDLL se fijan unos objetivos mínimos para estos 5 años, en tres áreas diferentes:

- Difusión offline: Media de presencia en medios de comunicación con 10/15 artículos/entrevistas por año.
- Difusión online: Comunidad virtual de 1.200-1.500 personas de media por red, duplicando la actual.
- Comunicación directa: Formularios de consulta para posibles proyectos tanto productivos como no productivos (un 20-30% por encima del número de proyectos solicitados).

Con este plan de difusión se pretende tener un mayor alcance y añadir nuevos contactos y usuarios para las diferentes actividades, líneas de trabajo y ayudas de la Asociación, aprovechando las utilidades que nos ofrecen las nuevas herramientas digitales sin perder la riqueza de la comunicación tradicional.

Además, este plan de difusión pretende adaptarse a las diferentes características de comunicación que tienen los distintos colectivos y sectores del territorio, tanto los canales de comunicación, tiempo de respuesta, lenguaje utilizado, etc. Esto hace esencial las adaptaciones planteadas en este plan para llegar a una mayor comunidad.

Para finalizar, se va a seguir priorizando la atención presencial, como una de las señas de identidad del trabajo de la Asociación, a través del contacto directo, cercano y personalizado con empresas, emprendedores, ayuntamientos, asociaciones y población local en general, en las propias instalaciones de Tierras del Cid en San Esteban de Gormaz y en los distintos espacios con los que se colabora habitualmente (locales municipales, centros socioculturales, centros educativos, CEPA Doña Jimena, Vivero de Empresas de la Cámara, espacios de coworking El Hueco Oxma y Open Orbi, Campus Duques de Soria de la UVA, establecimientos turísticos, etc.), propiciando, además, encuentros, jornadas, reuniones, talleres, intercambios, etc. que favorecen la interacción y colaboración entre los distintos agentes del territorio.