



Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible
Integrado de Las Palmas de Gran Canaria

PLAN DE COMUNICACIÓN

0. CONTENIDOS

	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
2. LOS OBJETIVOS DEL PLAN	3
3. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN	7
3.1 Mensajes estructurantes	7
3.2 Rasgos de la comunicación	9
3.3 La imagen de referencia en la Estrategia. Directrices de Europa	12
3.4 El público objetivo	16
3.5 Las herramientas del proceso de comunicación	18
3.6 La igualdad en el proceso de comunicación	19
4. EL OBJETO DE COMUNICACIÓN. LA ESTRATEGIA	21
5. PILARES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	29

6. LA COMUNICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS	31
7. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	35
7.1 Acciones generales	35
7.2 Acciones relacionadas con el Programa FEDER y la Estrategia EDUSI Cono Sur	38
7.3 Acciones relacionadas con la situación pre-DUSI	41
7.4 Acciones relacionadas con el marco normativo de referencia	42
7.5 Acciones relacionadas con la gestión y seguimiento	43
7.6 Acciones relacionadas con la comunicación en si misma	44
8. LA PÁGINA WEB	65
9. LA EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN	68

1. INTRODUCCIÓN

El Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria asumió una nueva responsabilidad en la implementación de los objetivos y estrategias de la Unión Europea mediante la aplicación del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible (fondos FEDER) dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado 2014-2020.

Se responde a la vulnerabilidad urbana de una zona especialmente representativa de la ciudad, conocida como Cono Sur, mediante una estructura de líneas de actuación y operaciones directas basada en distintos objetivos y ejes del Programa (medidas relacionadas con la smartcity, actuaciones sociales y actuaciones medioambientales y de economía baja en carbono).

En esta responsabilidad el esfuerzo en materia de comunicación suscribe el carácter cada vez más imprescindible que adquiere la aplicación de los fondos comunitarios, persiguiendo consolidar la transparencia e incentivar la participación de la ciudadanía a quien va dirigidos los objetivos de la política europea.

La regulación de los reglamentos comunitarios hace especial hincapié en reforzar un acompañamiento cualificado de la comunicación sobre el desarrollo territorial y el tratamiento de los desequilibrios en las ciudades.

Es un esfuerzo que no sólo se dirige a la población como destinataria última de estas estrategias sino al intercambio informativo, documental y de experiencias entre las administraciones, técnicos y personas implicadas en su dinamismo, guiando la referencia sobre los efectos en sus respectivas responsabilidades, expectativas y derechos.

El contexto está definido en los esfuerzos que las ciudades europeas, sin distinción de características espaciales, herencia histórica, papel estratégico, volumen poblacional, competitividad económica y dinamismo social, vienen desarrollando sobre el desarrollo sostenible como paradigma de su propia condición de ser y su forma de afrontar los retos del siglo XXI.

Los avances tecnológicos han venido acompañados de una cada vez mayor priorización de los valores de sostenibilidad, calidad del espacio urbano, saludabilidad, capacidad integradora y la democracia en el acceso a los servicios y patrimonios.

La EDUSI persigue precisamente ejemplificar en Las Palmas de Gran Canaria ese proceso y esa interacción, teniendo la gestión pública del territorio y la estructura participativa como herramientas. Ahí, la comunicación es imprescindible, materializándose en variados criterios y formas de acceso a la información, de intercambio, de transparencia y, en definitiva, de encuentro de la sociedad en la mejora de su apropiación del espacio urbano y su relación con el medio o entorno.

El presente Plan de Comunicación pretende la programación de un conjunto de medidas destinadas a orientar, materializar y documentar el proceso de exposición, intercambio y justificación de operaciones relacionado con la Estrategia DUSI en el Cono Sur de Las Palmas de Gran Canaria, acentuando en todo momento la eficacia del Programa Operativo europeo para lograr el desarrollo urbano sostenible e integrado.

2. LOS OBJETIVOS DEL PLAN

Partiendo del objetivo marco de programar la difusión, comunicación e intercambio de la información sobre los múltiples aspectos, acciones y detalles implicados en el desarrollo de la Estrategia DUSI, los objetivos específicos del presente Plan son:

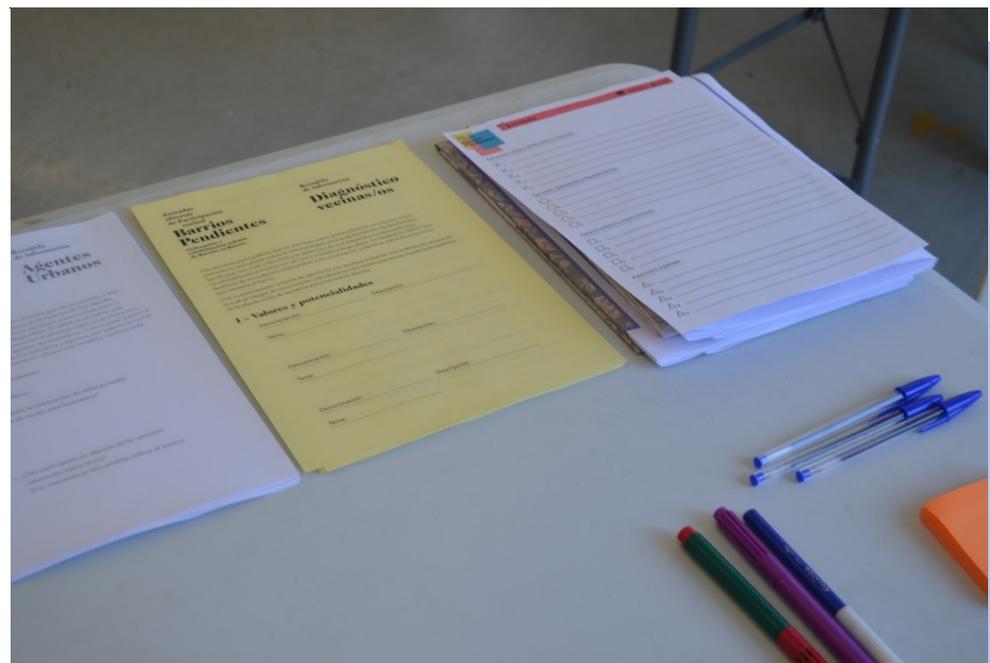
- Definir un protocolo estructurado y programado de criterios, medidas y herramientas que comuniquen a la ciudadanía y servicios públicos la Estrategia.
 - Incorporar la comunicación como baluarte en el desarrollo de la Estrategia en sus distintos enfoques, destinos y alcance, regulándose su carácter vinculante en los distintos actos de gestión y expositivos.
 - Poner en valor la Estrategia en la ciudadanía a través de una imagen identificativa y una homogeneidad expresiva de la Estrategia.
 - Diseñar un mensaje sencillo, claro y empático en la comunicación de la Estrategia, persiguiendo su versatilidad en los distintos escenarios de canal, de público objetivo y de objetivo territorial.

- Guiar la exposición, comunicación y participación sobre el esfuerzo de la Unión Europea a través del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible para el desarrollo urbano sostenible e integrado de Las Palmas de Gran Canaria.
 - Poner en valor el esfuerzo y la estrategia de la Unión Europea en el desarrollo urbano sostenible e integrado de las ciudades en sus países miembros y su población residente.
 - Implementar los criterios y directrices que se establecen desde el ámbito comunitario y estatal sobre el proceso comunicativo de la Estrategia.
 - Reforzar las acciones que desde distintos ámbitos y administraciones se realizan con objeto de conciencia a la población de pertenencia a Europa y de una manera de hacer Europa.

- Concretar los mecanismos, acontecimientos y resultados esperados del proceso de comunicación que materializan la Estrategia en el territorio.
 - Estructurar el proceso comunicativo de la Estrategia DUSI mediante un conjunto de pilares, teniendo la Web específica como mecanismo estructurante.
 - Prever un fichero de acciones de comunicación, con sus respectivos mecanismos identificativos de su objeto, protocolo y resultado previsto.
 - Definir un programa de evaluación de resultados del proceso de comunicación con sus respectivos indicadores, que permita analizar la eficacia y eficiencia del mismo.

- Referenciar e incentivar la interacción entre la Autoridad de Gestión, la Subdirección General de Desarrollo Urbano, el Ayuntamiento y sus servicios públicos, la ciudadanía y los agentes sociales en el proceso de implementación del Programa Operativo y la Estrategia DUSI.
 - Intervenir en las convocatorias e implementar los acontecimientos, documentos y criterios programados por las instancias superiores a la dirección Edusi.
 - Volcar la información de las operaciones en las aplicaciones y formularios de referencia previstos por la Subdirección General de Desarrollo Urbano.
 - Informar al público objetivo sobre las referencias, requerimientos y respuestas de la Autoridad de Gestión y la Subdirección General de Desarrollo Urbano.
- Identificar el público objetivo y el alcance de la comunicación que se implica en el desarrollo de la Estrategia.
 - Concretar el público objetivo externo con intención especial en la implicación de la población residente, los colectivos vecinales y asociaciones socio-culturales, los centros educativos y universitarios, los agentes sociales y empresariales y los servicios públicos que operan en el Cono Sur.
 - Definir un protocolo de contacto, aportación y respuesta del público objetivo con las instancias implicadas en el desarrollo de la EDUSI, documentando las evidencias de dicho intercambio.
 - Generar un protocolo de comunicación que abarque al grueso de la población afectada, sea inclusivo, se adapte a los niveles y pautas de respuesta de la información y refuerce la igualdad y la adecuada perspectiva de género en proceso comunicativo y en sus efectos.

- Definir un mensaje conciso e identificativo de las bondades y conveniencia en el desarrollo urbano sostenible e integrado que refuerce la identificación y aceptación de la EDUSI.
 - Sensibilizar a la población sobre la oportunidad de la EDUSI para conseguir un desarrollo sostenible en el Cono Sur y su resultado en la mejora de la calidad de vida y la calidad del entorno urbano.
 - Incentivar la implicación de la ciudadanía y los agentes sociales, interesándose especialmente la colaboración de los colectivos vecinales como entidades de dinamización de los barrios y de reflexión de las estrategias públicas.
 - Implicar a los medios de comunicación como agente social imprescindible en todo proceso de estas características, poniendo en valor la difusión masiva e instructiva.



3. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Esta estructura se conforma mediante acciones y contenidos de información, exposición, comunicación y participación, de modo que se manifieste un proceso innovador, inclusivo, funcional y temáticamente versátil en la formulación de los contenidos y acciones previstas con la población implicada.

3.1. Mensajes estructurantes.

Estamos ante la traslación a nivel local de los objetivos comunitarios del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible y el papel de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) que se concretan en una dinámica estratégica y de operaciones orientadas a situar la ciudad en la senda de un desarrollo urbano sostenible e integrado.

La estrategia de comunicación se soporta sobre varios de mensajes estructurantes que se supeditan a dicha hoja de ruta, adquiriendo rasgos sensoriales, técnicos y funcionales relacionados con el transporte de información en un sentido u otro.

Sobre esta base, los mensajes estructurantes o básicos se especifican en función de las acciones, los canales, el público objetivo o el proceso comunicador.

MENSAJE ESTRATÉGICO:

La EDUSI es un conjunto de actuaciones públicas orientadas a la mejora del espacio urbano y el bienestar de los ciudadanos del Cono Sur desde distintos enfoques territoriales: smartcity y administración electrónica, movilidad, patrimonio natural y cultural, recursos y dinamización turística, oferta urbana para la mejora de la cohesión social y calidad del medio ambiente y el paisaje.

MENSAJE SENSORIAL:

La EDUSI es una manera de hacer Europa a través de la experimentación y valoración de las vecinas y vecinos de su entorno como un espacio saludable, competitivo, dotado de servicios y apoyado en sus valores naturales y culturales. Gracias a los FEDER se ponen en valor los rasgos identitarios como barrio y como sociedad del siglo XXI, impulsando para su bienestar social y económico. Se percibe el Cono Sur será un ámbito con un desarrollo sostenible e integrado con una impronta propia dentro de Las Palmas de Gran Canaria.

MENSAJE FUNCIONAL:

La EDUSI se desarrolla mediante un plan de comunicación en el que se programa varias decenas de acciones de difusión, de didáctica del territorio, de dinámica participativa y de selección de buenas prácticas que sirvan de guía para documentar la aplicación de los fondos comunitarios y locales con sus beneficios sobre la población.

3.2. Rasgos de la comunicación.

Su desarrollo se sustenta en un conjunto de criterios de acción comunicativa que podemos caracterizar en los siguientes rasgos:

CONCRECIÓN DEL ÁMBITO

TRANSPARENCIA

VERACIDAD Y SEGURIDAD

RESPUESTA A LAS EXPECTATIVAS

INCENTIVO CRÍTICO

ESPÍRITU EUROPEO

El contexto sobre el que se plantea el desarrollo de este proceso comunicativo perfila las características, intenciones y mecanismos que se expone en este documento, siendo un factor de referencia en su eficacia.

Las acciones que se programan son inherentes a una respuesta que se da frente a los desequilibrios y oportunidades que identifican unos barrios que persiguen la sostenibilidad y la preparación ante los retos de la ciudad del siglo XXI, englobando lo ambiental, lo social, lo económico y lo cultural.

Este Plan no se entiende sin una correcta integración de su desarrollo en ese contexto operativo y territorial, mediante varios acontecimientos fundamentales.

Convocatoria y desarrollo de las estrategias de desarrollo urbano sostenible e integrado auspiciados por la Unión Europea mediante el Programa Operativo FEDER de crecimiento sostenible 2014-2020.

Implementación de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado de Las Palmas de Gran Canaria. Cono Sur (aceptada por el Ayuntamiento en la Junta de Gobierno de 3 de noviembre de 2017).

Desarrollo mediante las correspondientes operaciones o acciones de una serie de líneas estratégicas de acuerdo a los objetivos comunitarios en materia de cohesión social, impulso a las nuevas tecnologías en el dinamismo y la gestión urbana, puesta en valor del patrimonio natural, cultural y la calidad medioambiental de la ciudad, atención especial a la vulnerabilidad de los barrios, revitalización económica, atención al cambio climático y, en definitiva, la regeneración territorial del Cono Sur.

Concepción del programa de comunicación como pilar imprescindible y fundamental en la eficacia de la Estrategia, con una regulación específica y unos criterios de evaluación imperativos en su formulación y demostración.

Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado de Las Palmas de Gran Canaria.
PLAN DE COMUNICACIÓN



3.3. La imagen de referencia en la Estrategia. Directrices de Europa.

Toda estrategia de comunicación en materia de ordenación del territorio, urbanismo o gestión de la ciudad se aglutina a partir de emblemas o referencias que aportan una imagen homogénea, clara y expresiva de las condiciones y objetivos asociados.

EL LOGO DE LA ESTRATEGIA DUSI

El símbolo de referencia en la imagen que pretende representarse en la Estrategia DUSI se corresponde con un logo de texto que busca comunicar la claridad en su expresión, la sencillez en su referencia por la ciudadanía, la vinculación a los fondos europeos, la relación íntima con el espacio costero y su afección a la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.





Una referencia imprescindible en el desarrollo y documentación de estos pilares se corresponde con las directrices reguladas en el ámbito comunitario.

En este sentido, todos los contenidos que participan de este Plan de Comunicación y restantes que se generen durante el desarrollo de la Estrategia DUSI serán coherentes con la regulación determinada en el Anexo XII, apartado 2.2. del *Reglamento (UE) nº1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013* y el capítulo II del *Reglamento de ejecución (UE) nº 821/2014 de la Comisión del 28 de julio de 2014 por el que se establecen las disposiciones de aplicación del citado Reglamento (UE) nº 1303/2013*.

La publicación del *Manual Recopilatorio de cuestiones de tipo práctico para los beneficiarios/as en materia de comunicación 2014-2020* editado por la Dirección General de Fondos Comunitarios de Hacienda y Función Pública en diciembre de 2016 constituye un soporte de gran interés en este desarrollo.

Esta regulación hace especial hincapié en:

EL EMBLEMA O LOGO EUROPEO

En la página web aparecerá el emblema de la Unión Europea mientras que en el resto de medios de comunicación, podrá utilizarse una versión monocroma únicamente en casos justificados.

La posición y tamaño del emblema serán los adecuados a la escala del documento y se colocará en una zona visible, apareciendo “**UNIÓN EUROPEA**” debajo del mismo. Este texto aparecerá sin ningún tipo de efecto justo debajo del emblema. El color utilizado para la fuente será azul reflex, negro o blanco, en función del contexto, tal y como se muestra a continuación:



Con relación a otros logotipos, el emblema de la Unión Europea tendrá como mínimo el mismo tamaño, medido en altura y anchura, que el mayor de los demás logotipos.

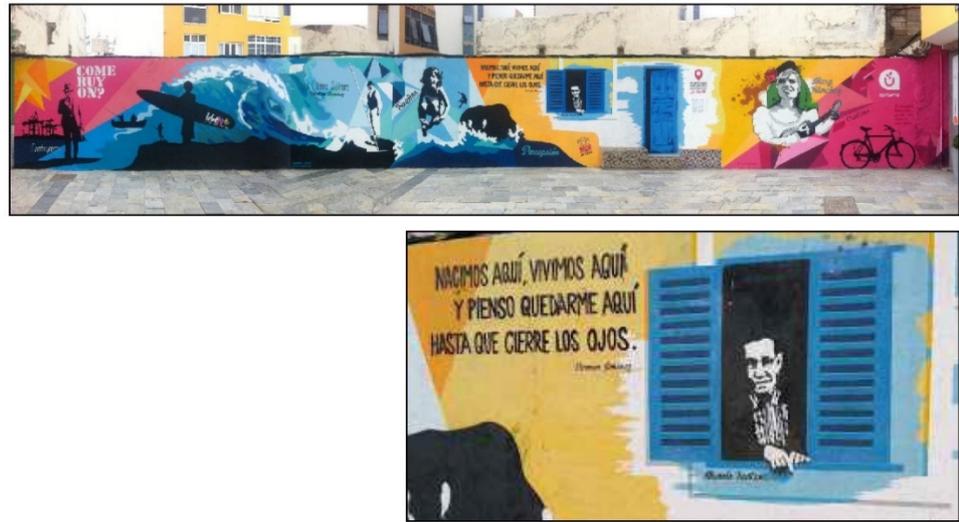
REFERENCIAS A LOS FONDOS FEDER

Se deberá incluir el nombre del Fondo a través del cual se recibe la ayuda europea, con su nombre entero y/o las siglas. En este caso corresponde al **FEDER** (Fondo Europeo de Desarrollo Regional). No se utilizará la cursiva, el subrayado ni otros efectos.

EL LEMA

Aparecerá el lema elegido de carácter general a los Fondos “**Una manera de hacer Europa**”. Este lema, al igual que la referencia al Fondo, excepto en el caso de pequeños artículos promocionales deberá ir separado del emblema de la Unión Europea (logo) y al tratarse del “slogan” de referencia a la Política Regional Europea, deberá presentarse de forma destacada, utilizando para ella, el tipo de letra, color, ... que haga posible que ello sea así.

En cualquier caso, la web EDUSI recogerá un documento de Directrices que regulan de manera específica este importante apartado, a los efectos de referenciar pormenorizadamente las prescripciones a seguir durante el desarrollo de la Estrategia en las distintas modalidades de contenidos y acciones de comunicación.



3.4. El público objetivo.

El proceso de comunicación de la Estrategia DUSI tiene como público objetivo a toda persona interesada o implicada en la adaptación del espacio y la gestión urbana en el Cono Sur a un desarrollo sostenible e integrado.

Como referencia dotada de flexibilidad a la hora de invitar a otras personas, agentes sociales o entidades públicas y privadas, el público objetivo que se prevé de modo preliminar en el diseño de este Plan se distribuye en los conjuntos de “*público interior*” y “*público exterior*”, a saber:

→ **PÚBLICO INTERIOR**

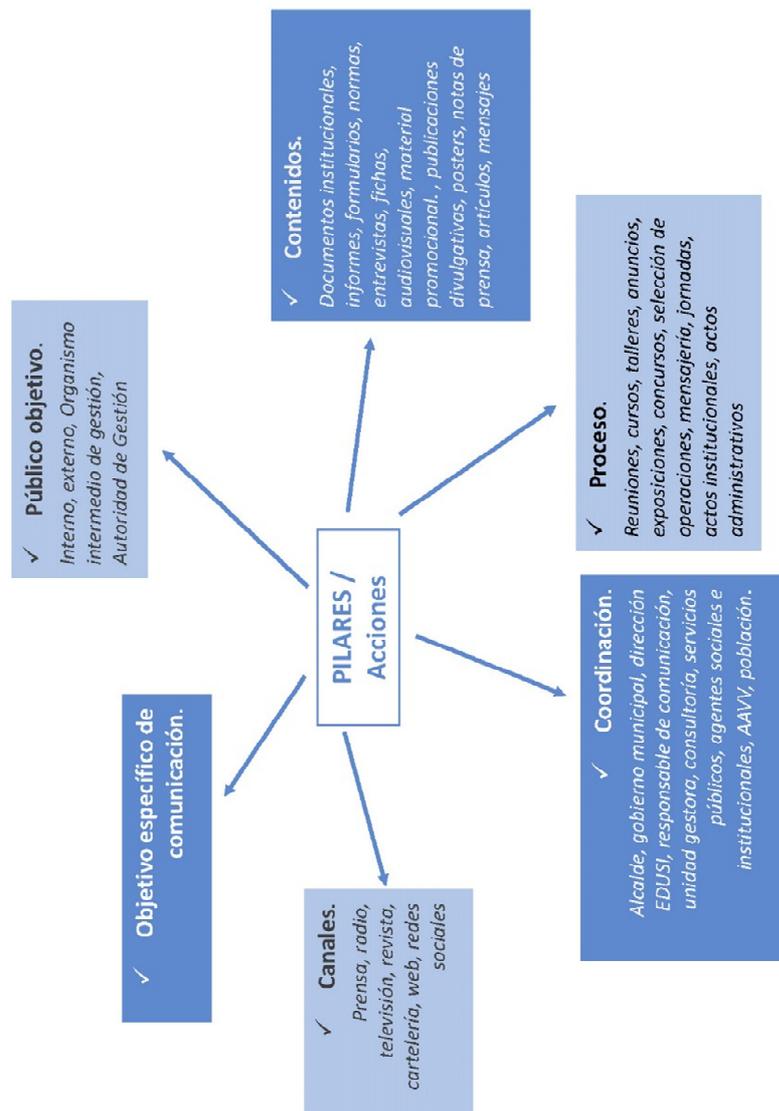
- Dirección EDUSI y Responsable de Comunicación.
- Autoridad de Gestión.
- Organismo Intermedio de Gestión. Dirección General de Fondos Comunitarios del Ministerio de Hacienda Subdirección General de Desarrollo Urbano.
- Áreas y Servicios municipales del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria: Alcaldía, Economía y Hacienda, Presidencia y Cultura, Urbanismo, Edificación y Sostenibilidad Ambiental, Movilidad, Promoción Económica y Ciudad de Mar, Servicios Públicos y Carnaval, Administración Pública, Recursos Humanos, Innovación Tecnológica y Deportes, Educación, Seguridad y Emergencias, Servicios Sociales, Participación Ciudadana y Juventud, Coordinación Territorial.
- Sociedades municipales vinculadas a los servicios del Ayuntamiento: GEURSA, ALGE, SAGULPA, GUAGUAS.
- Servicios públicos de otras Administraciones implicados .

→ **PÚBLICO EXTERIOR**

- Residentes en los barrios del Cono Sur.
- Residentes en la restante ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Asociaciones y colectivos vecinales.
- Empresarios, trabajadores y otros agentes sociales que operan en el Cono Sur.
- ONGs, entidades eclesiásticas y religiosas, colectivos sociales, asociaciones deportivas y culturales.
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Comunidad educativa.
- Residentes en la restante isla de Gran Canaria, Canarias, España, Unión Europea y entorno internacional.
- Restantes centros educativos, sanitarios, de Servicios Sociales, de Deportes y comunidad asociada.
- Entidades públicas y privadas vinculadas a la investigación, la gestión urbano y territorial en sus múltiples formas, el cambio climático, el patrimonio natural y cultural, la transición energética, la modernización de los servicios y otros posibles interesados.
- Turistas.

3.5. Las herramientas del proceso de comunicación.

A partir de aquí el esfuerzo de comunicación se desagrega mediante variables que describen sus aspectos definitorios y los de las acciones a llevar a cabo, permitiéndose así una garantía de eficacia y eficiencia del proceso comunicativo de acuerdo a los criterios comunitarios de referencia y a la justificación de los propios objetivos de la Estrategia.



3.6. La igualdad en el proceso de comunicación.

La estrategia de comunicación de esta EDUSI en Las Palmas de Gran Canaria otorga un papel significativo a la garantía de la igualdad y el tratamiento adecuado en la perspectiva de género en los criterios con los que se desarrollan los actos previstos y se formalizan en los contenidos. De hecho, constituye uno de sus objetivos específicos.

Se parte de la base que el desarrollo urbano, sostenible e integrado no se entiende sin una optimización de las condiciones de igualdad en todas las facetas del dinamismo de la ciudad y en el esfuerzo en promover el bienestar de la población o en reducir su vulnerabilidad ambiental, social, económica o cultural.

Esa optimización es un requisito indispensable en la concepción de esta estrategia de comunicación, implementando desde su alcance las múltiples directivas comunitarias, la *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, de igualdad efectiva entre hombres y mujeres* o la *Ley 1/2010, de 26 de febrero, canaria de igualdad entre mujeres y hombres*.

Los actos de comunicación constituyen la herramienta básica en la materialización de este requisito en la EDUSI. En este sentido, la Estrategia para la Igualdad de Mujeres y Hombres 2013-2020 promovida por el Gobierno de Canarias incluye unos criterios específicos en los esfuerzos de comunicación de los planes y políticas públicas.

Este Plan comparte a través de los siguientes criterios a implementar en los actos que lo conforman:

Los actos de comunicación aplicarán un uso no sexista del lenguaje y transmitirán una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas, igualitaria, plural y no estereotipada, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico.

Los actos de comunicación perseguirán el desarrollo de valores y prácticas que incentiven códigos de conducta y autorregulación con el fin de asumir y transmitir el principio de igualdad de género.

Los actos de comunicación evitarán utilizar a las personas como meros objetos sexuales y denigrar su dignidad humana en función de su sexo, orientación o identidad de sexual, en sus anuncios publicitarios y sus contenidos.

Los actos de comunicación, en especial las buenas prácticas, incluirán un logotipo y un mensaje que identifique que la regeneración urbana con criterios y reflexión desde la equidad de género.

Los actos de comunicación harán un uso no sexista del lenguaje y transmitirán contenidos no sexistas en las operaciones y en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación.

Los actos de comunicación incluirán rasgos que favorezcan la implantación de las nuevas tecnologías con base en criterios de igualdad, y promuevan la participación de las mujeres en la construcción de la sociedad de la información y el conocimiento.

El proceso de comunicación promoverá una presencia equilibrada de mujeres y hombres en los actos.

Los actos de comunicación preverán en caso de acontecimientos imprevistos su interrupción cuando se produzca una publicidad ilícita por utilizar de forma vejatoria la imagen de la mujer.

4. EL OBJETO DE COMUNICACIÓN. LA ESTRATEGIA

La Estrategia DUSI se enmarca en la implementación por el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria de los **objetivos estratégicos de la Unión Europea** (Europa 2020) teniendo como horizonte el desarrollo urbano sostenible e integrado y como mecanismo un crecimiento inteligente, innovador, igualitario, participado e incentivador del bienestar de la ciudadanía.

Este **objeto de comunicación** se orienta a una maquinaria de regeneración urbana incide sobre una serie de problemas críticos del **Cono Sur** con una variedad de manifestaciones sociales, demográficas, económicas y medioambientales que discuten las adecuadas condiciones de calidad de vida.

Engloba los barrios tradicionales de San Cristóbal y el Risco de San José, los barrios residenciales de vivienda protegida de la Vega de San José, Zárata, Casablanca, El Lasso, Hoya de la Plata, Tres Palmas y los barrios de autoconstrucción surgidos en la 2ª mitad del siglo XX de Pedro Hidalgo y Salto del Negro.

Los mismos se desarrollan sobre un soporte físico basado en la alternancia de lomos y barrancos, teniendo a las laderas como compañía ineludible, y una plataforma costera como almacén que le vincula con el medio y el paisaje marino.

En medio de las debilidades y amenazas, aglutinan un interesante patrimonio natural, cultural y paisajístico que se une a un emplazamiento estratégico como entrada sur de la ciudad, constituyendo junto con su población unos recursos apreciables para impulsar su desarrollo sostenible.

Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado de Las Palmas de Gran Canaria.
PLAN DE COMUNICACIÓN



Constituye, por tanto, un **espacio urbano vulnerable** en el que sobresalen desequilibrios relacionados con la desigualdad socioeconómica, la falta de una puesta en valor de su patrimonio territorial, las deficiencias de dotaciones e infraestructuras y la nula explotación de sus potencialidades en el movimiento turístico de Las Palmas de Gran Canaria.

La estrategia de comunicación debe contextualizarse entonces en el tratamiento de un espacio urbano con los siguientes rasgos de situación de vulnerabilidad y potencialidad.

DEBILIDADES

- Elevado índice de desempleo, situado por encima de la media nacional.
- Alto consumo eléctrico, proveniente de instalaciones y edificios públicos.
- Limitaciones estructurales de Canarias derivadas de su condición de región ultraperiférica.
- Tejido empresarial muy especializado en sector de ocio y servicios.
- Ausencia de una cultura empresarial y emprendedora focalizada en la innovación de los procesos productivos con escasa presencia de las nuevas tecnologías y TIC's.
- Disponibilidad de recursos naturales de potencial atractivo e interés para el desarrollo, que no cuentan con infraestructuras que permitan su disfrute y puesta en valor (Barrio Marinero de Las Palmas de Gran Canaria o Los Riscos).
- Grave problema medioambiental causado por el impacto y efectos sobre la calidad del agua de los efluentes de aguas residuales en el litoral oriental de la ciudad (Playa de La Laja).
- Orografía que ha fomentado la construcción dispersa.
- Bajo nivel de ingresos medios por unidad familiar.
- Alto componente de temporalidad en la oferta de empleo de la ciudad.

AMENAZAS

- Riesgo de que colectivos desfavorecidos generen procesos de exclusión permanente en barriadas donde la construcción de viviendas sociales y la situación de infraestructuras ha provocado una barrera de integración en la ciudad.
- Problemas medioambientales que suponen una grave amenaza para los recursos naturales y para el desarrollo socioeconómico de las zonas afectadas.
- Envejecimiento poblacional que podría suponer una creciente demanda de políticas, herramientas y servicios sociales de la ciudad, así como problemas de accesibilidad a los mismos.
- Dependencia del sector turístico, que podría suponer un riesgo de desarrollo económico.
- Crecimiento de la ciudad y su impacto en la configuración paisajística y patrimonio natural.
- Alto nivel de tránsito de vehículos, generando numerosos focos de contaminación por emisión de partículas y ruido.
- Umbral de pobreza relativa que amenaza la recuperación económica.
- Poca profesionalización de la oferta laboral, que supone una amenaza a la creación de empleo estable.
- Crecimiento de la desigualdad social, elevando el riesgo de exclusión social.

FORTALEZAS

- Existencia de patrimonio natural cultural y paisajístico de primera magnitud que puede ser aprovechado.
- Infraestructuras marítimas que garantizan una gran afluencia de visitantes a la ciudad.
- Planificación estratégica con un enfoque de ciudad inteligente coherente con las necesidades; así como un análisis de movilidad urbana sostenible que persigue el éxito de las ejecuciones de proyectos en este ámbito.
- La ciudad como principal motor socioeconómico de la isla de Gran Canaria, que fortalece la implantación de propuestas de desarrollo económico en su entorno urbano.
- Ubicación idónea de la planta de residuos sólidos urbanos.
- Estabilidad climática, que incentiva un enfoque mayor en inversiones de economía baja en carbono.
- Existencia de una plataforma Open Data en la ciudad.
- Carácter de capitalidad.
- Bajo índice de criminalidad en la ciudad.
- Existencia de aplicaciones móviles de turismo y movilidad.
- Elaboración de la "Estrategia de Las Palmas de Gran Canaria: una ciudad resiliente" para hacer frente a las crisis y catástrofes que pudieran darse.

OPORTUNIDADES

- Existencia de zonas con un patrimonio cultural atractivo para el sector turístico (barrio marinero de San Cristóbal o Los Riscos).
- Potencialidad del turismo náutico, costero y de buceo.
- Gran oportunidad de integración de nuevas soluciones de movilidad y desarrollo económico con las herramientas tecnológicas ya implantadas en la ciudad.
- Oportunidad en sectores nuevos y en crecimiento, como las energías renovables marinas, biotecnología y PYMES de carácter innovador.
- Cohesión territorial de la UE como fomento de la integración económica de las islas, así como la fortaleza de la marca "Canarias" a nivel internacional.
- Causalidad entre el nivel de pobreza relativa y el nivel de estudios; con un amplio margen de mejora desde la alfabetización hasta los estudios superiores, como línea estratégica a seguir.
- Tasas de uso de la bicicleta en la ciudad con amplio margen de crecimiento.
- Desarrollo del Plan de Movilidad Urbana Sostenible.
- Existencia de Fondos de cooperación internacional en coordinación con otros municipios de la UE.
- Posibilidad de expansión territorial gracias a actuaciones de movilidad.



El planteamiento estratégico de la EDUSI en respuesta a esta situación incide especialmente en el [Eje 2](#) del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible 2014-2020 referido al *Desarrollo Urbano Sostenible*. Sin embargo, su alcance operativo abarca igualmente los objetivos relacionados con la *Economía Baja en Carbono* (Eje 1), *Calidad del agua* (Eje 3) y *Transporte Sostenible* (Eje 4).

Los Objetivos Temáticos de ese Eje 2 constituyen una referencia básica en la propuesta de las líneas de actuación que conforman la EDUSI, persiguiendo una óptima alineación de la misma con los criterios aplicados al conjunto de la Unión Europea.

Estas líneas son:

OBJETIVO TEMÁTICO 2. Mejorar el acceso, el uso y la calidad de las tecnologías de la información y la comunicación

Línea de actuación 1. **IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN SOCIAL INTELIGENTES**

Línea de actuación 2. **AGILIZACIÓN DEL PAGO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO MEDIANTE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS**

Línea de actuación 3. **DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA HORIZONTAL SMART**

Línea de actuación 4. **OPTIMIZACIÓN DE SERVICIOS DE RECOGIDA DE BASURA**

OBJETIVO TEMÁTICO 4. Favorecer el paso a una economía de bajo nivel de emisión de carbono en todos los sectores

Línea de actuación 5. **SENSORIZACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE CONSUMOS**

Línea de actuación 6. **IMPLANTACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN CONO SUR**

Línea de actuación 7. **MEJORAR LA CONEXIÓN DEL DISTRITO MEDIANTE EL USO DE TRANSPORTE SOSTENIBLE**

Línea de actuación 8. **REHABILITACIÓN DEL CONO SUR PARA LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD Y EL TRANSPORTE SOSTENIBLE**

Línea de actuación 9. **DESPLIEGUE DE SISTEMAS DE ILUMINACIÓN EFICIENTE EN CONO SUR**

OBJETIVO TEMÁTICO 6. Conservar y proteger el medio ambiente y promover la eficiencia de los recursos

Línea de actuación 10. **DESARROLLO DE UN PARQUE ESCULTÓRICO SUBMARINO EN CONO SUR**

Línea de actuación 11. **REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO DE INTERÉS TURÍSTICO EN CONO SUR**

Línea de actuación 12. **MEJORA DE ZONAS VERDES EN CONO SUR**

Línea de actuación 13. **FOMENTAR, PROTEGER Y MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS CON EL TURISMO MARÍTIMO DE CONO SUR**

OBJETIVO TEMÁTICO 9. Integración social y lucha contra la pobreza

Línea de actuación 14. **MEJORAR Y DESARROLLAR
INFRAESTRUCTURAS SOCIAL EN CONO SUR**

Línea de actuación 15. **ACTUACIONES DE REHABILITACIÓN
TENDENTES A REFORZAR LAS RELACIONES
DE LOS BARRIOS DEL LASSO Y PEDRO
HIDALGO CON EL RESTO DE LA CIUDAD**

Línea de actuación 16. **AYUDA A LA COMPETITIVIDAD
EMPRESARIAL Y LA CAPACITACIÓN PARA EL
EMPLEO**

5. PILARES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación que se propone está sustentado mediante un conjunto de **pilares** que dan forma y estructura a las acciones de información, exposición, participación e intercambio que lo caracterizan.

Adquieren un papel definitorio hasta el punto que la principal herramienta del Plan, la web *Estrategia de Desarrollo Urbano, Sostenible e Integrado. EDUSI Las Palmas de Gran Canaria* se organiza en ventanas específicas que coinciden con estos bloques, distribuyéndose a través de las mismas los actos de comunicación que se presentan en apartados posteriores.

Estos pilares son:

P1. PROGRAMACIÓN

P1a. Hacer Europa

Incluye la aplicación del programa operativo FEDER dentro de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado, con especial referencia a la procedencia de su aplicación en el ámbito territorial del Cono Sur de Las Palmas de Gran Canaria.

P1b. Estrategia DUSI

Representa el mensaje subyacente al desarrollo de la Estrategia como esfuerzo comunitario para propiciar un desarrollo urbano integrado y sostenible.

P2. EL ÁMBITO TERRITORIAL-CONO SUR

Síntesis de la situación preexistente en el ámbito territorial de aplicación de la EDUSI, referenciando los aspectos fundamentales en lo medioambiental, social, de forma urbana, económico, de planificación urbanística, etc.

P3. NORMATIVA EDUSI Y CONTENIDOS OFICIALES

P3a. Documentos de la EDUSI 2014-2020 LPGC

Expone los contenidos regulatorios del proceso de la EDUSI y la aplicación del programa FEDER en nuestra ciudad. Se apoya sobre todo en el Manual de Procedimientos.

P3b. Normativa de referencia

Rige y sirve de referencia a todo el desarrollo de la Estrategia con especial hincapié en la garantía de la información al ciudadano, la comunicación de las acciones ([manual de imagen corporativa](#), [normas de comunicación](#)) y, en general, la transparencia del proceso ([normas de aplicación](#), [pliegos](#), [manuales](#), [bases del concurso](#), [buenas prácticas](#), [normas de imagen y publicidad](#), etc)..

P4. GESTIÓN Y SEGUIMIENTO

P4a. Operaciones

Concreción de las operaciones previstas en la EDUSI, apoyándose en contenidos sintéticos e ilustrativos para la ciudadanía y los agentes sociales.

P4b. Riesgo y control anti fraude

Exposición de la estructura operativa, los formularios y documentos que participen en los distintos apartados, los informes técnicos, las actas y resoluciones institucionales, la evaluación de riesgos y calidad en el proceso y control del fraude.

P5. EVALUACIÓN DE LA EDUSI

Exponer la estructura de indicadores de evaluación sobre el desarrollo de la Estrategia, tanto en el proceso de gestión y operaciones como de comunicación.

P6. COMUNICACIÓN

P6a. Comunicación

Con especial hincapié en ilustrar el proceso de implementación de las líneas estratégicas y su ejecución o formalización en el territorio. Guardan un papel fundamental el diagnóstico de la situación preexistente en el Cono Sur, la caracterización de la Estrategia, la proyección y ejecución de las operaciones y la documentación de las reflexiones, estudios y otros contenidos que den sustancia crítica a la eficacia y eficiencia del proceso.

P6b. Participación

Mecanismo previsto en la Estrategia que fundamenta y documenta la interacción de su desarrollo con la ciudadanía y los agentes sociales, poniéndose en relación la responsabilidad y servicio público del Ayuntamiento con las expectativas y valoraciones de la población, con el papel del programa FEDER como hilo conductor y la experiencia previa como herramienta.

P6c. Buenas Prácticas

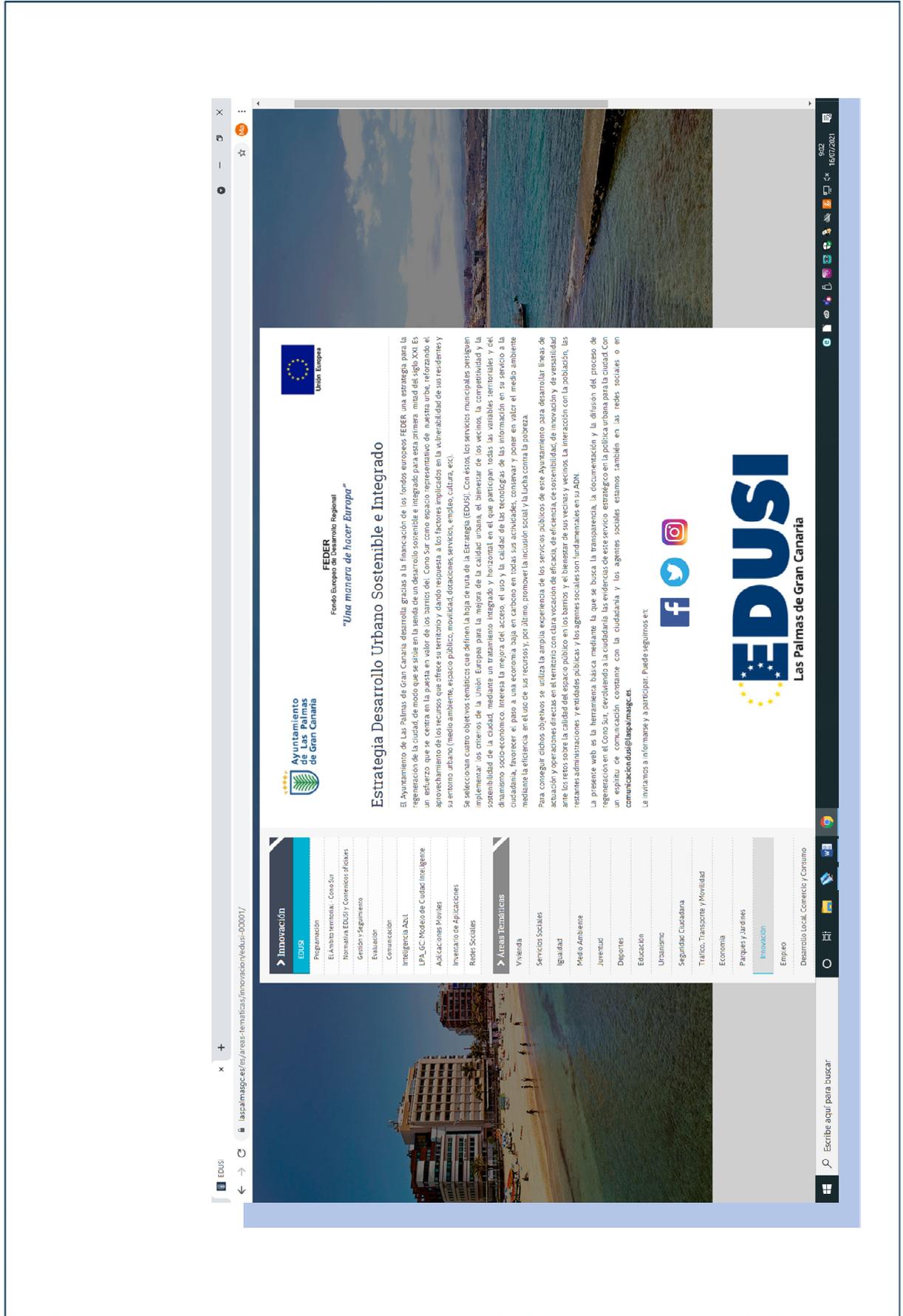
Compendio expositivo de una selección de las acciones de buenas prácticas que protagonizan el desarrollo de la Estrategia a partir de singularidades derivadas de la innovación urbana, socio-participativa, medioambiental, de acuerdo a los criterios regulados.

P6d. Sinergias

Interacción de las operaciones EDUSI con las restantes estrategias públicas y privada en el ámbito persiguiendo conjuntamente un desarrollo urbano, sostenible e integrado de acuerdo al programa de Crecimiento Sostenible de la ciudad.

Igualmente, adquiere una relevancia imprescindible en los objetivos de comunicación el enriquecimiento del proceso mediante las redes sociales, integrándose una representación en la misma desde la portada de presentación en la web.

**Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado de Las Palmas de Gran Canaria.
PLAN DE COMUNICACIÓN**



6. LA COMUNICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS

Un apartado de gran interés en el proceso de comunicación de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Las Palmas de Gran Canaria que se aplica en el Cono Sur se corresponde la detección, análisis y exposición de las Buenas Prácticas.

Su relevancia es tal que es concebida desde instancias comunitarias como un mecanismo esencial en la demostración cómo los objetivos del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible y restantes instrumentos de la política regional en la Unión Europea se aplican en el territorio y en el bienestar de la ciudadanía.

En este Plan de Comunicación se considera oportuno y conveniente hacer un esfuerzo específico en la demostración de las buenas prácticas en el desarrollo EDUSI.

Como referencia significativa en su selección se adopta una serie de criterios que coinciden con los expuestos en la *Guía Metodológica de seguimiento y Evaluación de los Planes de comunicación de los Programas Operativos FEDER, FSE y Fondo de cohesión para el período 2007-2013*, a saber:

Criterio BP1. DIFUSIÓN

Se valora si la operación ha sido difundida de manera adecuada a la ciudadanía y restante público interesado, en función del contenido demostrativo y, en su caso, su impronta social.

Criterio BP2. INNOVACIÓN

Se valora si la operación presenta características o carácter innovador, en función de su método de desarrollo, elementos de tecnología asociados, procesos y herramientas para su puesta en marcha o servicios derivados a la población del Cono Sur y su DUSI.

Criterio BP3. RESULTADOS

Se valora si la operación se adecúa respecto a los resultados de su implantación o desarrollo en relación a los objetivos programados, en especial los fundamentales del Programa Operativo y de la EDUSI. Se interesa especialmente el valor añadido que se deriva de la aplicación de los fondos europeos y el impacto en términos físicos, cuantitativos o cualitativos.

Criterio BP4. EFICACIA

Se valora si la operación ha contribuido a resolver un problema o debilidad detectada en el Cono Sur, identificándose la misma y como su tratamiento incide positivamente en el DUSI.

Criterio BP5. COBERTURA

Se valora si la operación ha tenido un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida, reflejándose su alcance tanto en la población residente en el Cono Sur como a la población en general existente en el municipio y los usuarios de ese territorio.

Criterio BP6. ALCANCE HORIZONTAL

Se valora si la operación ha sido coherente con los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y no discriminación, así como con la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental, con expresa identificación de los mecanismos orientados a dichas cualidades.

Criterio BP7. SINERGIA

Se valora si la operación presenta sinergias positivas con otras políticas o instrumentos públicos, con referencia a su posible refuerzo de otros fondos y los objetivos positivos de los mismos.

Utilizándose la web EDUSI como canal de comunicación, la selección de las buenas prácticas irá acompañada de un informe en castellano e inglés, exponiéndose sus características en un lenguaje accesible y claro.

Su contenido incluirá los argumentos necesarios y objetivos para justificar el cumplimiento de los anteriores criterios, así como la documentación gráfica y documental de apoyo que se considere oportuna. Se completa con indicación del importe de la ayuda y el impacto de la misma en términos de desarrollo económico y empleo en su caso.

El objetivo final se corresponde con la selección de 10 buenas prácticas en el conjunto de la EDUSI y su coste suma al menos el 53,5 % del montante de la financiación FEDER.

Las Buenas Prácticas previstas son:

BP-01	Instalación de paneles fotovoltaicos en aquellos colegios de Educación Primaria que no disponía de ello en el Cono Sur	255.000 €
BP-02	Instalación de un sensor de calidad ambiental del aparcamiento público disuasorio en el Paseo Blas Cabrera Felipe	39.230 €

BP-03	Construcción del paseo marítimo peatonal entre el barrio de San Cristóbal y la Hoya de la Plata	1.331.666 €
BP-04	Construcción de un ascensor entre el Paseo de Blas Cabrera Felipe y el complejo hospitalario	552.500 €
BP-05	Construcción y equipamiento en el solar en desuso de la antigua Fábrica de Aguas de San Roque de una plaza que incluye parque infantil	575.648 €
BP-06	Construcción de una pasarela peatonal y bici entre el complejo hospitalario-universitario de la Vega de San José y el litoral de San Cristóbal	1.815.852 €
BP-07	Ampliación y mejora de aceras e instalación de nueva señalética en el Paseo de San José	339.999 €
BP-08	Rehabilitación y equipamiento del antiguo Colegio Rubalcaba y entorno para su posterior uso como centro cívico y de gestión municipal	1.445.000 €
BP-09	Regeneración y equipamiento del actual sendero que une los barrios del Lasso y Pedro Hidalgo incluyendo su reforestación y la construcción de un mirador.	339.999 €
BP-10	Rehabilitación y equipamiento del antiguo Colegio Carlos Navarro para el traslado de la universidad popular	811.737 €
TOTAL DE LA AYUDA FEDER EN BUENAS PRÁCTICAS DE LA EDUSI		8.016.632 € 53,5 %

7. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

7.1. Acciones generales.

Pilar:	General				
Acción:	COM-001. ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN				
Objetivo específico:	Exponer la estrategia de comunicación de la EDUSI				
Descripción:	Elaboración del Plan de Comunicación con arreglo a los criterios regulados y los objetivos y programación de la Estrategia.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	Documento.				
Proceso:	Desarrollo interno.				
Canal:	Web EDUSI LPGC-Cono Sur.				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	General				
Acción:	COM-002. ELABORACIÓN DE LA WEB EDUSI LPGC-CONO SUR				
Objetivo específico:	Diseñar y poner a disposición operativa la web.				
Descripción:	Puesta en funcionamiento y exposición de la web de referencia en la comunicación de la Estrategia.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección EDUSI. • Organismo Intermedio de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Web. • Nota de prensa. 				
Proceso:	Desarrollo interno.				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. 				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	General				
Acción:	COM-003. EDICIÓN DE REVISTA VIRTUAL EDUSI LPGC-Cono Sur				
Objetivo específico:	Divulgar el desarrollo de la EDUSI y su impronta territorial.				
Descripción:	Edición de una revista virtual con carácter semestral sobre los avances del proceso de implementación de la EDUSI en el Cono Sur, incorporando resúmenes, valoraciones y artículos de referencia sobre las variables comunitarias, territoriales y socioeconómicas implicadas.				
Público objetivo:	<table border="1"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Web. • Nota de prensa. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión. • Entrevistas. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. 				
Coste programado:	1.000 euros.				

7.2. Acciones relacionadas con el Programa FEDER y la Estrategia EDUSI Cono Sur.

Pilar:	Programa FEDER y Estrategia EDUSI Cono Sur				
Acción:	COM-004. DIFUSIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO DE CRECIMIENTO SOSTENIBLE Y LA ESTRATEGIA DUSI				
Objetivo específico:	Exponer el contexto de la política urbana europea y la Estrategia DUSI.				
Descripción:	Exposición de una selección de contenidos y enlaces web sobre el esfuerzo del Programa Operativo de Crecimiento Sostenible 2014-2020 y la Estrategia DUSI para conseguir un desarrollo sostenible e integrado.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. • Folletos, material promocional. / Posters • Notas. Prensa de comunicación. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. / Distribución de contenido. • Exposición. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Prensa. 				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	Programa FEDER y Estrategia EDUSI Cono Sur				
Acción:	COM-005. UNIDADES DIDÁCTICAS SOBRE LA EDUSI Cono Sur				
Objetivo específico:	Incentivar el conocimiento y comprensión de la EDUSI mediante mecanismos didácticos.				
Descripción:	Elaboración y difusión de cuadernillos y otro material gráfico que permita el ejercicio didáctico y comprensivo de los objetivos del Programa y la EDUSI en la ciudadanía y los distintos niveles educativos.				
Público objetivo:	<table border="1"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Universidad de LPGC y entidades educativas. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Universidad de LPGC y entidades educativas.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Universidad de LPGC y entidades educativas. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Reuniones. • Mensajería y anuncios de difusión. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. 				
Coste programado:	1.000 euros.				

Pilar:	Programa FEDER y Estrategia EDUSI Cono Sur				
Acción:	COM-006. JORNADA CIENTÍFICA-SEMINARIO SOBRE EL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE E INTEGRADO				
Objetivo específico:	Compendiar una masa crítica sobre el desarrollo urbano sostenible e integrado.				
Descripción:	Desarrollar una jornada científica anual, a modo de seminario científico sobre las líneas de reflexión, investigación, experiencias y retos sobre el desarrollo urbano integrado y sostenible aplicado al Cono Sur. Se celebrará durante el Día de Europa.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales. • Especialistas. • Entidades educativas. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales. • Especialistas. • Entidades educativas.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales. • Especialistas. • Entidades educativas. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Actas. • Folletos, material promocional. • Notas. Prensa de comunicación. • Revista virtual EDUSI LPGC-Cono Sur. • Póster. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Cursos-talleres. • Mensajería y anuncios de difusión. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería. 				
Coste programado:	2.500 euros.				

7.3. Acciones relacionadas con la situación preDUSI.

Pilar:	Situación Pre-EDUSI				
Acción:	COM-007 DIFUSIÓN DE CONTENIDO SINTÉTICO SOBRE LA SITUACIÓN PRE-EDUSI EN EL CONO SUR				
Objetivo específico:	Referenciar el escenario territorial de partida en el que se inicia la EDUSI.				
Descripción:	Compendio de contenidos varios sobre la situación territorial del Cono Sur con carácter previo al desarrollo de la EDUSI que permita valorar la eficacia, impronta y conflictos en el desarrollo de las operaciones urbanísticas.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. <i>(incluida versión en inglés)</i> • Fichas. • Contenido gráfico y audiovisual. • Contenido de planeamiento urbanístico. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. 				
Coste programado:	0 euros.				

7.4. Acciones relacionadas con el marco normativo de referencia.

Pilar:	Marco normativo				
Acción:	COM-008 DIFUSIÓN DE CONTENIDO JURÍDICO DE REFERENCIA				
Objetivo específico:	Compendiar los documentos e instrumentos jurídicos y regulatorios de referencia en la gestión y desarrollo de la EDUSI.				
Descripción:	Compendio de contenidos jurídicos que regulan las condiciones, procedimientos y parámetros normativos sobre los distintos aspectos de la gestión de la EDUSI y la implementación de sus operaciones.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. 				
Coste programado:	0 euros.				

7.5. Acciones relacionadas con la gestión y el seguimiento.

Pilar:	Gestión y seguimiento				
Acción:	COM-009 DIFUSIÓN DE CONTENIDO DE GESTIÓN DE LAS OPERACIONES				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos y documentos vinculados a la gestión y procedimiento de las operaciones.				
Descripción:	Compendio de contenidos institucionales, administrativos y demostrativos que justifican el desarrollo de la gestión EDUSI con especial referencia a la selección de operaciones, su desarrollo territorial, los mecanismos de control contra el fraude, incluyendo los distintos formularios de referencia y resoluciones.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Servicios municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. • Formularios. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Selección de operaciones. • Concursos 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. 				
Coste programado:	0 euros.				

7.6. Acciones relacionadas con la comunicación en si misma.

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-011 BUENA PRÁCTICA 1. IMPLANTACIÓN DE LA RED DE CUBIERTAS SOLARES, REHABILITACIÓN ENERGÉTICA Y ACCIONES EDUCATIVAS EN LOS COLEGIOS PÚBLICOS DEL CONO SUR				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 1 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.				
Descripción:	Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la transición energética, la labor didáctica hacia la población infantil, comunidad educativa y ciudadanía y sus beneficios en el medio ambiente.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Comunidad educativa. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Comunidad educativa. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Comunidad educativa. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Carteles de obra. / Placas permanentes. • Dossier de imágenes. / Folletos, material divulgativo. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Anuncio en prensa regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Micro-vídeos en redes sociales. • Anuncios en tele regional / Cuñas en radio regional. 				

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	22.335 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más LA proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-012 BUENA PRÁCTICA 2. INSTALACIÓN DE UN SENSOR DE CALIDAD AMBIENTAL EN EL APARCAMIENTO PÚBLICO DISUASORIO DEL PASEO BLAS CABRERA FELIPE				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 2 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.				
Descripción:	Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la sensorización y conocimiento ciudadano de la calidad ambiental del entorno urbano que soporta una parte importante de su bienestar y su desarrollo sostenible.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad científica. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad científica.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad científica. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Carteles de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Cuñas en radio local. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Compra de espacio en redes sociales. • Folletos, material divulgativo. 				

Proceso:

- Publicación web y redes sociales.
- Actos institucionales. / Actos administrativos.
- Mensajería, anuncios.
- Proceso participativo y actos públicos.

Canal:

- Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales.
- Cartelería de obras.
- Prensa, radio-televisión.
- Participación ciudadana.

Coste programado:

7.145 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más LA proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



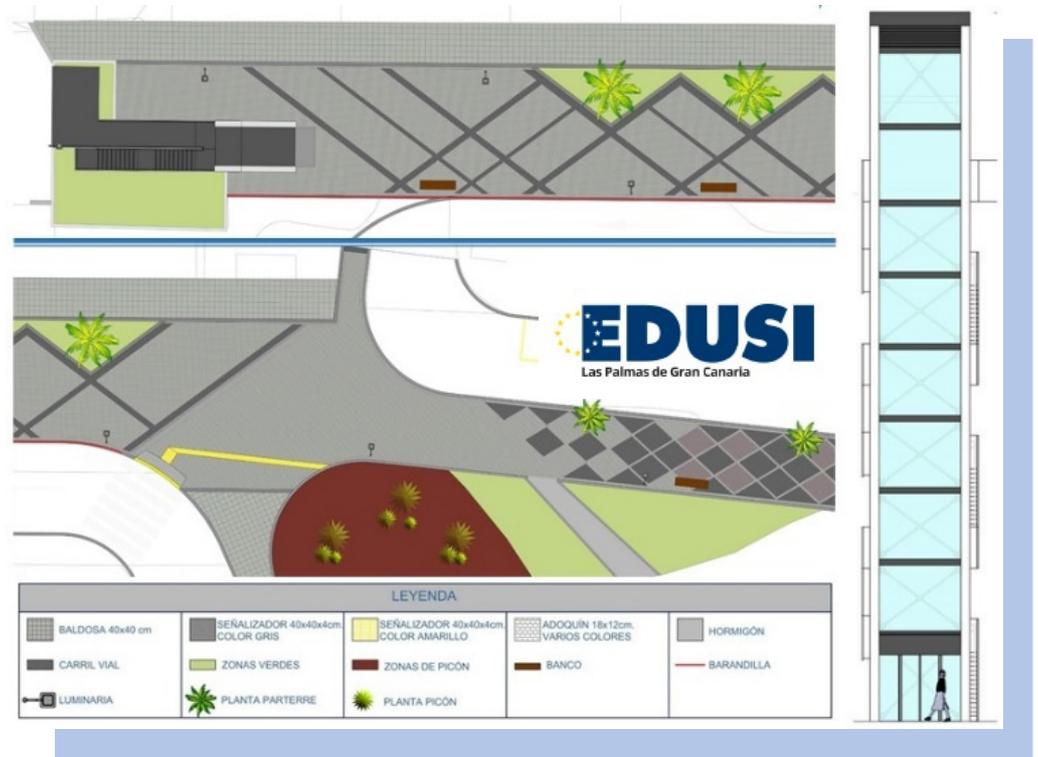
Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-013 BUENA PRÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN DEL PASEO MARÍTIMO PEATONAL ENTRE EL BARRIO DE SAN CRISTÓBAL Y HOYA DE LA PLATA				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 3 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.				
Descripción:	Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la infraestructura asociada a la movilidad sostenible de la población y turistas, permitiendo una conectividad entre puntos que se prevén neurálgicos en el Cono Sur mediante un recorrido cómodo, adecuado para el peatón y el transporte bici y en un entorno de singularidad paisajística junto al mar.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Micro vídeos en redes sociales. • Anuncios en prensa regional. • Anuncios en tele regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Cuñas en radio local. • Folletos, material divulgativo. 				

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	21.355 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)
Pilar:	Comunicación



Acción:	<p>COM-014</p> <p>BUENA PRÁCTICA 4. CONSTRUCCIÓN DE UN ASCENSOR ENTRE EL PASEO DE BLAS CABRERA FELIPE Y EL COMPLEJO HOSPITALARIO</p>	
Objetivo específico:	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 4 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>	
Descripción:	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la infraestructura asociada a la movilidad sostenible de la población y turistas, permitiendo una conectividad entre los barrios de la zona alta que bordean el Paseo Blas Cabrera Felipe, el complejo dotacional de la Vega de San José y la zona costera de San Cristóbal mediante mecanismos de accesibilidad vertical que evite grandes rodeos de desplazamiento y el uso del vehículo privado.</p>	
Público objetivo:	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística.
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés).</i> • Compra de espacio en redes sociales. • Anuncios en prensa regional. • Anuncios en tele regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 	

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	20.060 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-015 BUENA PRÁCTICA 5. CONSTRUCCIÓN Y EQUIPAMIENTO EN EL SOLAR EN DESUSO DE LA ANTIGUA FÁBRICA DE AGUAS DE SAN ROQUE DE UNA PLAZA QUE INCLUYE PARQUE INFANTIL</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 5 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la dotación de un espacio de ocio y esparcimiento con especial destino a los niños, persiguiendo el disfrute del espacio litoral, su paisaje y la memoria cultural asociada a la pesca y el mar en el barrio. Se vincula a la configuración de un hito turístico del Cono Sur por su representación sociológica y etnográfica.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1317 1114 1518"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1121 1317 1461 1518"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Evento en la calle con la ciudadanía. • Anuncios en tele regional. • Cuñas en radio local. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. • Merchandising. 		

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	37.240 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-016 BUENA PRÁCTICA 6. CONSTRUCCIÓN DE UNA PASARELA PEATONAL Y BICI ENTRE EL COMPLEJO HOSPITALARIO-UNIVERSITARIO DE LA VEGA DE SAN JOSÉ Y EL LITORAL DE SAN CRISTÓBAL</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 6 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la infraestructura asociada a la movilidad sostenible de la población y turistas, permitiendo una conectividad entre el complejo dotacional de la Vega de San José a partir del ascensor vertical previsto en otra actuación y la zona costera de San Cristóbal, salvando la presencia de la Autovía del Sur y mediante mecanismos de accesibilidad vertical que evite grandes rodeos de desplazamiento y el uso del vehículo privado.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1308 1114 1525"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1118 1308 1461 1525"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra / Placa permanente. • Dossier de imágenes / Merchandising. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Evento en la calle con la ciudadanía. • Anuncios en tele regional. • Anuncio en prensa nacional. • Micro vídeos para las redes sociales. • Cuñas en radio nacional. • Anuncios en tele nacional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 		

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	76.275 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-017 BUENA PRÁCTICA 7. AMPLIACIÓN Y MEJORA DE ACERAS E INSTALACIÓN DE NUEVA SEÑALÉTICA EN EL PASEO DE SAN JOSÉ</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 7 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la puesta en valor del patrimonio cultural representativo de la ciudad que contienen determinadas calles y entornos del Cono Sur en su condición arquitectónica y de barrios tradicionales en riscos. Se expone la mejora del espacio para un tránsito peatonal cómodo y sostenible para ciudadanía y turistas y la definición de una imagen atractiva a través de la señalética y el mobiliario.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1285 1114 1480"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1145 1285 1453 1480"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Comunidad turística. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra / Placa permanente. • Dossier de imágenes / Merchandising. • Evento en la calle con la ciudadanía. • Anuncios en tele regional. • Anuncio en prensa local. • Compra de espacios en las redes sociales. • Cuñas en radio local. • Anuncios en tele nacional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 		

Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos.
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	53.155 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-018 BUENA PRÁCTICA 8. REHABILITACIÓN Y EQUIPAMIENTO DEL ANTIGUO COLEGIO RUBALCABA PARA SU POSTERIOR USO COMO CENTRO DE SERVICIOS SOCIALES</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 8 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la mejora de la oferta de dotaciones con funciones de gestión y atención social y de los servicios relacionados con la ciudadanía.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1146 1114 1319"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1121 1146 1461 1319"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Anuncios en tele regional. • Anuncio en prensa local. • Micro vídeos para las redes sociales. • Cuñas en radio regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 		
<p>Proceso:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos. 		

Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. • Participación ciudadana.
Coste programado:	15.860 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-019 BUENA PRÁCTICA 9. REGENERACIÓN Y EQUIPAMIENTO DEL ACTUAL SENDERO QUE UNE LOS BARRIOS DEL LASSO Y PEDRO HIDALGO INCLUYENDO SU REFORESTACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN MIRADOR</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 9 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia el impulso de la regeneración medioambiental del entorno urbano y propiciar el acompañamiento de recorridos y elementos de mobiliario que faciliten la conexión entre los barrios. Se promociona con ello la movilidad sostenible y la definición del Cono Sur como zona urbana de baja emisión de carbono.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1308 1114 1480"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1121 1308 1461 1480"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra / Placa permanente. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Anuncios en tele regional. • Anuncio en prensa regional. • Cuñas en radio regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. 		
<p>Proceso:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos. 		

Canal:

- Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales.
- Cartelería de obras.
- Prensa, radio-televisión.
- Participación ciudadana.

Coste programado:

19.210 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



<p>Acción:</p>	<p>COM-020 BUENA PRÁCTICA 10. REHABILITACIÓN Y EQUIPAMIENTO DEL ANTIGUO COLEGIO CARLOS NAVARRO PARA EL TRASLADO DE LA UNIVERSIDAD POPULAR</p>		
<p>Objetivo específico:</p>	<p>Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Buena Práctica 10 como representación significativa del proceso operativo de la EDUSI.</p>		
<p>Descripción:</p>	<p>Compendio de contenidos divulgativos y de comunicación que justifican la impronta de la Buena Práctica mediante la exposición ejemplar del esfuerzo público hacia la mejora de la oferta de dotaciones con funciones de gestión y atención social, de educación no reglada de la ciudadanía y, en general, de los servicios relacionados con la misma.</p>		
<p>Público objetivo:</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="810 1189 1114 1352"> <p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales </td> <td data-bbox="1121 1189 1461 1352"> <p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<p><u>Interno.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. • Gobierno municipal. • Servicios municipales 	<p><u>Externo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 		
<p>Contenido:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra. • Placa permanente. • Dossier de imágenes. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés)</i>. • Anuncios en tele regional. • Micro vídeos para redes sociales. • Cuñas en radio regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 		
<p>Proceso:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web y redes sociales. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. • Proceso participativo y actos públicos. 		

Canal:

- Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales.
- Cartelería de obras.
- Prensa, radio-televisión.
- Participación ciudadana.

Coste programado:

15.645 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más la proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)



Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-021 DESARROLLO DE LA LÍNEA 1. IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN SOCIAL INTELIGENTES. Operación "Chatbot Social"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 1 y esta operación seleccionada.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea 1 sobre Implementación de sistemas de gestión social inteligentes.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Placa permanente. • Dossier de imágenes. / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Micro vídeos para redes sociales. • Anuncios en prensa local. • Vídeo expositivo. <i>(incluido subtítulo en inglés).</i> 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. / Proceso participativo. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. / Redes sociales. • Prensa, radio-televisión. / Participación ciudadana 				
Coste programado:	8.340 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más proporción integrada en Eje 12 (proyecto)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-022 DESARROLLO DE LA LÍNEA 2. AGILIZACIÓN DEL PAGO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO MEDIANTE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 2 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones sobre Agilización del pago en el transporte público mediante soluciones tecnológicas.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Vídeo expositivo. / imágenes. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo • Cuñas en radio local. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. / Revista. 				
Coste programado:	2.795 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-023 DESARROLLO DE LA LÍNEA 3. DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA HORIZONTAL SMART				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 3 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 3 sobre Desarrollo de una plataforma horizontal Smart.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Micro vídeos para redes sociales. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. • Documentos digitales (Informes, resoluciones). 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. / Revista. 				
Coste programado:	2.300 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-024 DESARROLLO DE LA LÍNEA 4. OPTIMIZACIÓN DIGITAL DE SERVICIOS MUNICIPALES				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 4 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 4 sobre Optimización del servicio de recogida de residuos.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cuñas de radio regional. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. • Placa permanente. • Documentos digitales (Informes, resoluciones). 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	2.000 euros. (conjunto de operaciones en la Línea) más proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-025 DESARROLLO DE LA LÍNEA 5. SENSORIZACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE CONSUMOS. Operación "Planta de energía fotovoltaica en aparcamiento en Blas Cabrera Felipe, para suministro a espacios públicos del Cono Sur"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 5 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones sobre sensorización de espacios públicos para la optimización de consumos.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Cartel de obra / Placa permanente. • Micro vídeos para redes sociales. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales y administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	2.600 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-026 DESARROLLO DE LA LÍNEA 6. IMPLANTACIÓN DE ENERGÍAS RENOVABLES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL CONO SUR. Operación "Utilización de agua regenerada para riego de zonas verdes Cono Sur"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 6 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 6 sobre Implantación de energías renovables para la optimización de recursos en el Cono Sur.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Cuñas de radio local. • Cartel de obra. Panel permanente. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales y administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur y redes sociales. • Cartelería de obras / Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	1.395 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)				

Acción:	COM-027 DESARROLLO DE LA LÍNEA 9. DESPLIEGUE DE SISTEMAS DE ILUMINACIÓN EFICIENTE EN EL CONO SUR. Operación “Actualización, reforma y mejora de la eficiencia energética y sostenibilidad de instalaciones de alumbrado público de los barrios del Cono Sur”								
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 9 y sus operaciones seleccionadas.								
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de despliegue de sistemas de iluminación eficiente en el Cono Sur.								
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td>• Órgano de Gestión.</td> <td>• Público interesado.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Colectivos vecinales.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Agentes sociales.</td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	• Órgano de Gestión.	• Público interesado.		• Colectivos vecinales.		• Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>								
• Órgano de Gestión.	• Público interesado.								
	• Colectivos vecinales.								
	• Agentes sociales.								
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Micro vídeos para redes sociales. • Cartel de obra. Placa permanente. 								
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. 								
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. / Revista. 								
Coste programado:	2.600 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER) más proporción integrada en Eje 12 (cartelería, proyecto)								

Pilar:	Comunicación								
Acción:	COM-028 DESARROLLO DE LA LÍNEA 10. DESARROLLO DE UN PARQUE ESCULTÓRICO SUBMARINO EN EL CONO SUR								
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 10 y sus operaciones seleccionadas.								
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones Desarrollo de un parque escultórico submarino en el Cono Sur.								
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td>• Órgano de Gestión.</td> <td>• Público interesado.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Colectivos vecinales.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Agentes sociales .</td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	• Órgano de Gestión.	• Público interesado.		• Colectivos vecinales.		• Agentes sociales .
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>								
• Órgano de Gestión.	• Público interesado.								
	• Colectivos vecinales.								
	• Agentes sociales .								
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Vídeo expositivo / imágenes. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Folletos, material divulgativo. Merchandising. • Evento en la calle con la ciudadanía. • Anuncios en tele regional. • Cartel de obra. Placa permanente. 								
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web /Mensajería, anuncios. • Actos institucionales y administrativos 								
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. Prensa, radio-televisión. 								
Coste programado:	32.200 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)								

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-029 DESARROLLO DE LA LÍNEA 12. MEJORA DE ZONAS VERDES EN EL CONO SUR. Operación "Renaturalización y uso del Barranco de Gonzalo"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 12 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 12 sobre Mejora de zonas verdes en el Cono Sur.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico. • Vídeo expositivo. <i>(incluida versión en inglés)</i>. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Dossier de imágenes. / Folletos, material divulgativo. • Cartel de obra. Placa permanente. • Documentos digitales (Informes, resoluciones). 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. . 				
Coste programado:	4.100 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-030 DESARROLLO DE LA LÍNEA 13. FOMENTAR, PROTEGER Y MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS AL TURISMO MARÍTIMO EN EL CONO SUR. Operación "Revalorización de San Cristóbal"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 13 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de mejora de la calidad de los recursos naturales e infraestructuras vinculados al turismo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en tele regional. • Dossier de imágenes. / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales. / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	3.300 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-031 DESARROLLO DE LA LÍNEA 13. FOMENTAR, PROTEGER Y MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS AL TURISMO MARÍTIMO EN EL CONO SUR. Operación "Aguas Azules"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 13 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de mejora de la calidad de los recursos naturales e infraestructuras vinculados al turismo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en tele local. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales. / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	7.000 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-032 DESARROLLO DE LA LÍNEA 13. FOMENTAR, PROTEGER Y MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS AL TURISMO MARÍTIMO EN EL CONO SUR. Operación "Acondicionamiento y mejora del entorno de la Playa de La Puntilla en San Cristóbal"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 13 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de mejora de la calidad de los recursos naturales e infraestructuras vinculados al turismo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Cuñas en radio local. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales. / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	1.400 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-033 DESARROLLO DE LA LÍNEA 13. FOMENTAR, PROTEGER Y MEJORAR LA CALIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS AL TURISMO MARÍTIMO EN EL CONO SUR. Operación “Acondicionamiento del muro de contención y paseo marítimo de San Cristóbal”				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 13 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de mejora de la calidad de los recursos naturales e infraestructuras vinculados al turismo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Micro vídeos para redes sociales. • Dossier de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente y cartel de obra. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales. / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur / Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	2.600 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-034 DESARROLLO DE LA LÍNEA 16. AYUDA A LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LA CAPACITACIÓN PARA EL EMPLEO. Operación "Promoción económica de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria para el desarrollo del Crecimiento Azul"				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 16 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 16 sobre Ayuda a la competitividad y la capacitación para el empleo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios en prensa regional. • Anuncios en tele regional. • Dossier de imágenes. Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Mensajería, anuncios. • Actos institucionales. / Actos administrativos. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	13.000 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-035 DESARROLLO DE LA LÍNEA 16. AYUDA A LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LA CAPACITACIÓN PARA EL EMPLEO. Operación “Edificio Cachalote”				
Objetivo específico:	Exponer los contenidos generados con el desarrollo de la Línea 16 y sus operaciones seleccionadas.				
Descripción:	Compendio de contenidos documentales, técnicos, audiovisuales y de difusión que justifican el desarrollo de las operaciones de la Línea de actuación 16 sobre Ayuda a la competitividad y la capacitación para el empleo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen divulgativo de Proyecto técnico • Compra de espacio en redes sociales. • Dossier de imágenes. Folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Placa permanente. Cartel de obra. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Actos institucionales. / Actos administrativos. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. Redes sociales. • Cartelería de obras. • Prensa, radio-televisión. 				
Coste programado:	5.000 euros. (conjunto definido en el Eje 13 de Comunicación de la ayuda FEDER)				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-036 COMISIÓN PARTICIPATIVA “MEDIO AMBIENTE, ESPACIO PÚBLICO Y PAISAJE”				
Objetivo específico:	Incentivar un diagnóstico participativo de la EDUSI específico de la calidad del medio ambiente, de sus recursos para el desarrollo sostenible y de su implicación en el bienestar, incluyendo el cambio climático y la transición energética.				
Descripción:	Desarrollo de sesiones participativas entre el personal municipal implicado en la EDUSI y la población que genere un diagnóstico sobre los retos para el desarrollo urbano sostenible e integrado que se centra en las variables relacionadas con la calidad del medio ambiente y de su implicación en el bienestar de los residentes.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo expositivo de su desarrollo y resultado. • Galería de imágenes. Folletos, material divulgativo. • Actas de reunión. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. / Mensajería, anuncios. • Reuniones. • Talleres. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. • Cartelería 				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-037 COMISIÓN PARTICIPATIVA “VULNERABILIDAD SOCIAL”				
Objetivo específico:	Incentivar un diagnóstico participativo de la EDUSI específico de los problemas, condicionantes y retos de las variables que definen la vulnerabilidad social.				
Descripción:	Desarrollo de sesiones participativas entre el personal municipal implicado en la EDUSI y la población que genere un diagnóstico sobre los problemas, condicionantes y retos relacionados con la población veterana, los niños, la mujer, la pobreza, la vivienda y el acceso a los servicios.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo expositivo de su desarrollo y resultado. • Galería de imágenes. • Actas de reunión. • Folletos, material divulgativo. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Reuniones / Talleres. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. • Cartelería. 				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	Comunicación				
Acción:	COM-038 COMISIÓN PARTICIPATIVA “TURISMO Y MOVILIDAD”				
Objetivo específico:	Incentivar un diagnóstico participativo de la EDUSI específico de las potencialidades del ámbito EDUSI para la potenciación del turismo y la movilidad sostenible.				
Descripción:	Desarrollo de sesiones participativas entre el personal municipal implicado en la EDUSI y la población que genere un diagnóstico sobre los retos para el desarrollo urbano sostenible e integrado que se centra en las variables relacionadas con diversificación de potencialidades para el dinamismo económico y el impulso a una movilidad sostenible como recurso para su desarrollo.				
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. </td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>				
<ul style="list-style-type: none"> • Órgano de Gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. 				
Contenido:	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo expositivo de su desarrollo y resultado. • Galería de imágenes / Folletos, material divulgativo. • Actas de reunión. 				
Proceso:	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Reuniones / Talleres. • Mensajería, anuncios. 				
Canal:	<ul style="list-style-type: none"> • Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Redes sociales. • Cartelería. 				
Coste programado:	0 euros.				

Pilar:	Comunicación								
Acción:	COM-030 PROCESO PARTICIPATIVO EDUSI								
Objetivo específico:	Difundir los acontecimientos participativos relacionados con el desarrollo EDUSI.								
Descripción:	Selección de los documentos demostrativos sobre la implicación de la ciudadanía en el desarrollo de las operaciones de la EDUSI.								
Público objetivo:	<table border="0"> <tr> <td><u>Interno.</u></td> <td><u>Externo.</u></td> </tr> <tr> <td>• Órgano de Gestión.</td> <td>• Público interesado.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Colectivos vecinales.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>• Agentes sociales interesados.</td> </tr> </table>	<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>	• Órgano de Gestión.	• Público interesado.		• Colectivos vecinales.		• Agentes sociales interesados.
<u>Interno.</u>	<u>Externo.</u>								
• Órgano de Gestión.	• Público interesado.								
	• Colectivos vecinales.								
	• Agentes sociales interesados.								
Contenido:	• Material audiovisual.								
Proceso:	• Publicación web.								
Canal:	• Web EDUSI LPGC-Cono Sur. • Participación ciudadana.								
Coste programado:	0 euros.								

8. LA EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La programación del proceso de comunicación de la Estrategia de Desarrollo Urbano, Sostenible e Integrado para el Cono Sur que se expone en este Plan incluye como uno de sus baluartes fundamentales el ejercicio de evaluación de su eficacia y eficiencia de las acciones previstas.

Se define una serie de indicadores y un mecanismo de evaluación que toma como referencia ineludible la [Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación](#), promovida por el Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad (GERIP).

Es un proceso que se imbrica estrechamente con el programa de acciones de comunicación de modo que se busca incentivar el mayor resultado positivo en los objetivos del Plan y en la implementación social de los fondos comunitarios.

La selección de los indicadores tiene una vocación de referencia o de horizonte a los efectos de ir modulando el desarrollo de las acciones y los mecanismos de las propias operaciones de manera que en todo caso quede garantizar un resultado final favorable y coherente con las prescripciones europeas.

Esta selección se expone del siguiente modo:

Indicador de realización:

NÚMERO DE PLANES DE COMUNICACIÓN

Tipo de actividad:

Genérica

Cantidad mínima esperada:

1

Indicador de resultado:

No

Resultado mínimo esperado:

0

Indicador de realización:

NÚMERO DE MANUALES DE PROCEDIMIENTO
DE COMUNICACIÓN

Tipo de actividad:

Genérica

Cantidad mínima esperada:

1

Indicador de resultado:

No

Resultado mínimo esperado:

0

Indicador de realización:

NÚMERO DE ACTOS DE DIFUSIÓN

Tipo de actividad:

Actividades y actos públicos

Cantidad mínima esperada:

20

Indicador de resultado:

Número de asistentes

Resultado mínimo esperado:

400

Indicador de realización:

NÚMERO DE SEMINARIOS Y JORNADAS DE DIFUSIÓN-DEBATE

Tipo de actividad:

Actividades y actos públicos

Cantidad mínima esperada:

10

Indicador de resultado:

Número de asistentes

Resultado mínimo esperado:

180

Indicador de realización:

**NÚMERO DE NOTICIAS Y MENSAJES EN MEDIO
DE DIFUSIÓN MASIVA**

Tipo de actividad:

Difusión en medios de
comunicación

Cantidad mínima esperada:

25

Indicador de resultado:

Número de acontecimientos

Resultado mínimo esperado:

25

Indicador de realización:

**NÚMERO DE NOTAS DE PRENSA EN LA WEB
MUNICIPAL Y OTRAS DE DIFUSIÓN GENERAL**

Tipo de actividad:

Difusión en medios de
comunicación

Cantidad mínima esperada:

40

Indicador de resultado:

Número de acontecimientos

Resultado mínimo esperado:

40

Indicador de realización:

NÚMERO DE PUBLICACIONES SOBRE EL DESARROLLO Y RESULTADO DE LA EDUSI

Tipo de actividad:

Publicaciones realizadas

Cantidad mínima esperada:

2

Indicador de resultado:

Número de ejemplares

Resultado mínimo esperado:

300

Difusión web:

100%

Indicador de realización:

NÚMERO DE VÍDEOS Y MINIVÍDEOS SOBRE EL DESARROLLO DE LA EDUSI

Tipo de actividad:

Publicaciones realizadas

Cantidad mínima esperada:

20

Indicador de resultado:

Exposición Web EDUSI

Difusión web:

100%

Indicador de realización:

NÚMERO DE FOLLETOS Y SIMILARES

Tipo de actividad:

Publicaciones realizadas

Cantidad mínima esperada:

25

Indicador de resultado:

Número de ejemplares

Resultado mínimo esperado:

1.000

Difusión web:

100%

Indicador de realización:

**NÚMERO DE WEBS EXPOSITIVAS SOBRE EL
DESARROLLO DE LA EDUSI**

Tipo de actividad:

Información a través de la
web

Cantidad mínima esperada:

1

Indicador de resultado:

Número de visitas

Resultado mínimo esperado:

1.500

Indicador de realización:

NÚMERO DE SOPORTES DE ANUNCIOS Y PUBLICIDAD

Tipo de actividad:

Información a través de cualquier tipo de cartelería

Cantidad mínima esperada:

20

Indicador de resultado:

Número de acontecimientos

Resultado mínimo esperado:

20

Indicador de realización:

NÚMERO DE DOCUMENTOS DE GESTIÓN CON DISTRIBUCIÓN INTERNA

Tipo de actividad:

Instrucciones emitidas hacia los participantes

Cantidad mínima esperada:

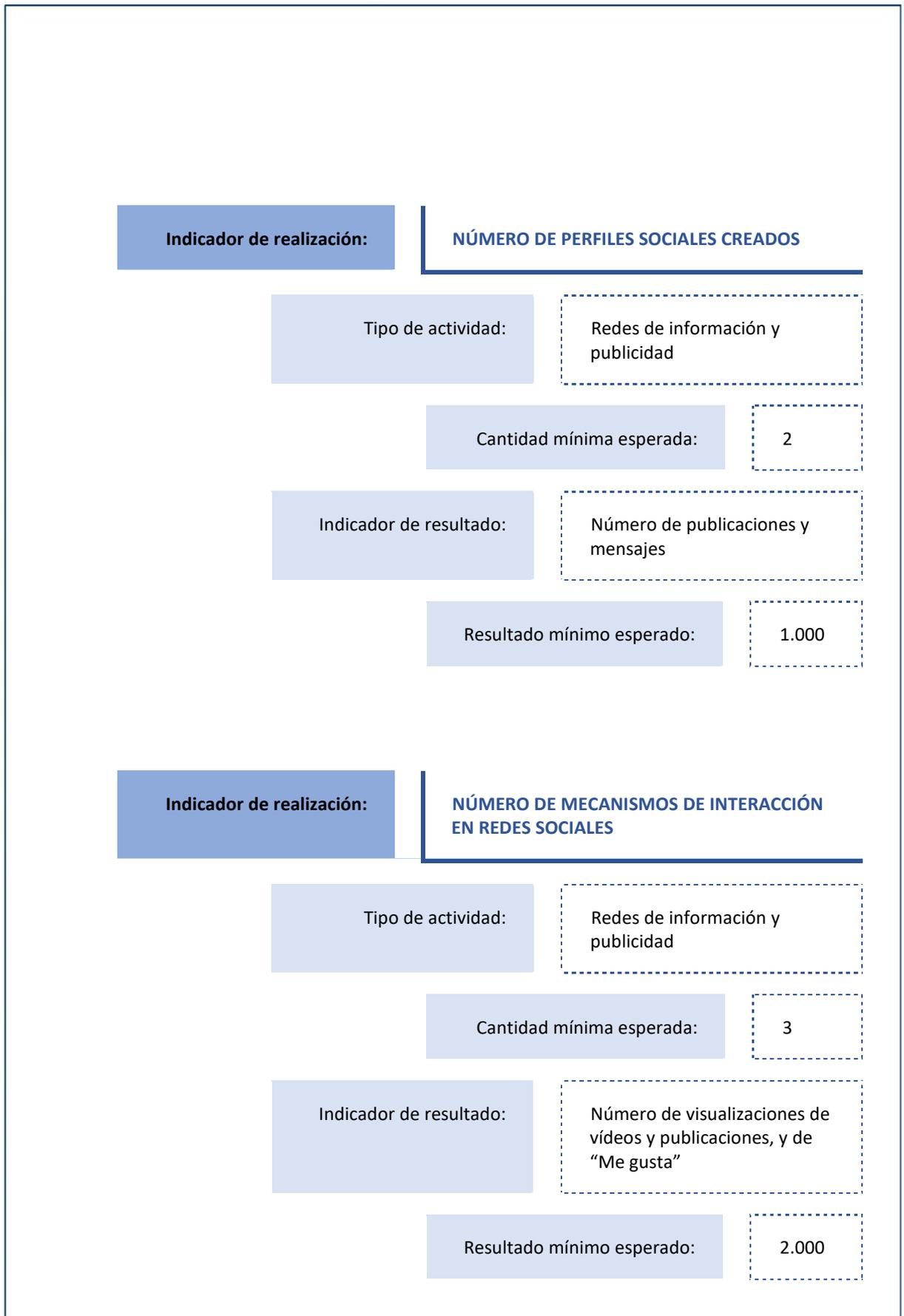
25

Indicador de resultado:

Organismos cubiertos

Resultado mínimo esperado:

100%



Indicador de realización:

NÚMERO DE REUNIONES Y OTROS
ACONTECIMIENTOS DE INTERCAMBIO
PARTICIPATIVO

Tipo de actividad:

Redes de información y
publicidad

Cantidad mínima esperada:

10

Indicador de resultado:

Número de asistentes

Resultado mínimo esperado:

80

Es cuanto se informa a los efectos oportunos.

Santiago Hernández Torres
Responsable de Comunicación
EDUSI Las Palmas de Gran Canaria
Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria