

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Doble Grado en Periodismo y Comunicación
Audiovisual

Trabajo Fin de Grado - Periodismo
Curso Académico 2022-2023



Proyecto 28M: Plan de comunicación para el PSOE de
Catral

28M Project: Communication plan for PSOE of Catral

Alumno: D. David Espadas Ñíguez

Tutor: D. Miguel Fernando Olabe Sánchez

ÍNDICE

1. Introducción

2. Análisis interno y externo de la organización

2.1 Análisis interno y externo de la organización

2.2 Auditoría de comunicación

2.3 Mapa de públicos

2.4 Competencia

2.4.1 DAFO

3. Elaboración a partir de los datos obtenidos

3.1 Objetivos empresariales

3.2 Objetivos comunicativos

3.3 Mapa de públicos mejorado

3.4 Estrategias comunicativas

3.5 Acciones comunicativas

3.5.1 Storytelling

3.5.2 Dossier de prensa

3.5.3 Nota de prensa

3.5.4 Gestión de protocolo de un evento

3.6 Calendario

3.7 KPIS/Indicadores

4. Conclusiones

1. Introducción

En la actualidad, la comunicación ha llegado a un grado de importancia tan vital que de esta depende de que una empresa pueda funcionar correctamente y tener éxito o, por el contrario, ser un completo fracaso y llevar al cierre de la misma. En la comunicación corporativa, los planes de comunicación tratan de fortalecer tanto la presencia como la imagen.

A continuación, vamos a realizar un plan de comunicación para un partido político, en concreto, para el PSOE (Partido Socialista Obrero Español) de cara a las elecciones del 28 de mayo. Para tener un contexto, se hará a nivel municipal, en el pueblo de Catral, un pequeño pueblo de menos de 10.000 habitantes, que se sitúa en la Vega Baja, al sur de Alicante. Reconociendo la importancia estratégica de la comunicación en el entorno político actual, este plan se enfoca en establecer una estrategia contundente y sólida que permita transmitir de manera efectiva los valores, las propuestas y logros del PSOE a las diferentes audiencias clave que tiene el partido.

El PSOE, como partido político comprometido con la justicia social, la igualdad y el progreso, reconoce la necesidad de comunicar de manera clara y coherente sus ideas y acciones para establecer un vínculo cercano y transparente con la ciudadanía. En un entorno político cada vez más complejo y saturado de mensajes, es crucial contar con una estrategia de comunicación sólida que destaque la visión del partido y su compromiso con el bienestar de todos los ciudadanos.

A través de este plan de comunicación, el PSOE busca aprovechar al máximo los diferentes canales y medios de comunicación disponibles para difundir mensajes clave, establecer una presencia digital sólida y fomentar la participación activa de los militantes, simpatizantes y votantes en la vida política del partido para que, tanto el candidato a la alcaldía del pueblo, Raúl Alonso, y todo su equipo, puedan llegar a gobernarlo.

2. Análisis interno y externo de la organización

A la hora de realizar el análisis interno y externo de la organización, nos centraremos en evaluar los recursos, las capacidades, fortalezas y debilidades internas del partido, a la vez que lo hacemos en lo externo y ajeno a la organización, para poder así llegar a una conclusión sobre qué y cómo mejorar.

2.1 Misión, visión y valores

Son los tres pilares fundamentales de toda organización y, como tal, se tienen que identificar de la manera más concreta y específica posible.

La **misión** del PSOE de Catral siempre se ha adaptado al contexto político en el que se encontraba el pueblo. No obstante, más que una misión, son varias: promover la justicia social y la igualdad de oportunidades, teniendo como objetivo principal la transversalidad y la gestión ecuánime. Esto consiste en no favorecer a nadie con medidas y tratar a todas las organizaciones, personas y colectivos de la misma manera. De esta manera, se busca que existan favoritismos hacia ciertos sectores y puedan perjudicar al resto.

Para ello, la **visión** que tiene el Partido Socialista de Catral se centra en enfocar a Catral como un pueblo acogedor en el que todos los vecinos se sientan respaldados por el ayuntamiento. Todo ello sería posible gracias a las leyes y medidas propuestas por parte del ayuntamiento. El PSOE de Catral aspira a construir un futuro en el que se refuercen los servicios públicos, la educación y cultura y se impulsen políticas económicas sostenibles y equitativas.

Por último, entre los **valores** que definen al Partido Socialista de Catral podríamos destacar los siguientes:

- Socialismo democrático: buscando una sociedad más justa, equitativa y participativa
- Igualdad: el Partido Socialista busca la igualdad de oportunidades para todas las personas, sin importar su origen, género, orientación sexual o cualquier otra condición personal como la religión.

- Solidaridad: entre vecinos y la cooperación entre los diferentes sectores para superar desigualdades

Por otro lado, si alejamos la lupa del territorio local y nos centramos en el PSOE a nivel nacional, podemos afirmar que estos tres pilares siguen siendo los mismos, a pesar de que en Catral tenga una postura central y en el ámbito nacional vire un poco hacia la izquierda.

2.2 Auditoría de comunicación

Las auditorías de comunicación en una empresa sirven para evaluar y analizar de manera sistemática y exhaustiva las actividades de comunicación interna y externa de la organización. Estas auditorías tienen como objetivo identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el ámbito de la comunicación, y proporcionar recomendaciones y estrategias para mejorar la efectividad y el impacto de las prácticas de comunicación.

En el caso del PSOE de Catral, han intentado combinar tanto los **medios tradicionales** como los **medios digitales**. No obstante, el medio más utilizado, sin ningún tipo de duda, es el medio digital, como son las redes sociales. Al final, se trata de buscar el mayor alcance posible al mayor público.

Los medios tradicionales, como la radio, la televisión, los periódicos y las revistas, aún a día de hoy tienen un papel fundamental en la difusión de información y mensajes publicitarios. A pesar de que hayan surgido nuevos canales de comunicación, los medios tradicionales tienen un alcance masivo y pueden ser efectivos para llegar a audiencias más amplias (por lo general de mayor edad) y más acostumbradas a este tipo de medios.

Por otro lado, los medios digitales, como las redes sociales, los sitios web, los blogs y los *influencers* como tal han ganado una enorme relevancia en los últimos años. Estos medios permiten una interacción más directa con la audiencia, la posibilidad de segmentar y dirigirse a grupos específicos, así como medir y analizar los resultados de manera más precisa. También brindan oportunidades para la generación de contenido viral y el fomento de la participación de los usuarios.

Es por ello que, partiendo de esta base y de que la idea principal del partido en enfocar la campaña a un público más joven, se usaron los dos tipos de medios de la siguiente manera:

- En cuanto a medios tradicionales:
 - Se utiliza la **radio** a nivel provincial como es Cadena Ser se utiliza a modo de entrevista al candidato a la alcaldía.
 - La **prensa escrita**, en concreto el Diario Vega Baja, también se utiliza a modo de entrevista al candidato.

- En cuanto a medios digitales:
 - Una de las plataformas más usadas por el PSOE es **Instagram**, en la que se desarrolla toda la campaña con vídeos donde se explican las propuestas.
 - La otra plataforma más utilizada por el partido es **Facebook** y que, aunque pertenezcan a la misma empresa (Meta), en esta red social también encontramos un público con más edad. Se resuben los mismos vídeos, ya que tienen el mismo formato.
 - Por último, se usa WhatsApp para la difusión de mensajes y carteles publicitarios, memes y *stickers*.

Si se quiere aumentar aún más el alcance de la campaña del PSOE en todo el municipio y expandir el mensaje, se propone una campaña de publicidad, en la que se repartirán folletos informativos de las propuestas del partido para mejorar la situación actual del pueblo mediante buzoneo.

2.3 Mapa de públicos

Un mapa de públicos en un plan de comunicación es una herramienta que identifica y analiza de manera sistemática a los diferentes grupos de personas o entidades que tienen interés, influencia o participación en las actividades de una organización. Este mapa permite comprender quiénes son los públicos clave y cómo interactúan con la organización, con el fin de adaptar las estrategias de comunicación de manera efectiva.

Para empezar el contexto a la hora de clasificar al público, hay que tener un claro objetivo. En primer lugar, se busca reforzar a los votantes duros, que son alrededor de 700 habitantes. Seguidamente, se tratará de convencer a los votantes blandos, siendo estos unos 500 aproximadamente. A continuación, se intentará persuadir a los posibles votantes (unos 300-400 que votaban a Alternativa por Catral, un partido ya disuelto que se alió con PSOE) y, para finalizar, se inmovilizarán/dividirán a los votantes imposibles, tanto del PP como de VOX.

Hay que definir también ciertos términos a la hora de elaborar el mapa de públicos, por lo que a continuación se describirán:

- **Votante duro:** es el votante que sí o sí va a votar al partido político en cuestión, en este caso al PSOE.
- **Votante blando:** es el que más trabajo suele dar, pues es al que hay que convencer con argumentos y hechos.
- **Clivaje:** en ciencia política y sociología es un concepto, utilizado para el análisis de las tendencias de voto; se refiere a la división de los votantes en diferentes bloques separados por "escisiones" o "clivajes"

A continuación, segmentamos los blancos electorales por clivajes y, seguidamente, los desglosamos:

- **Segmentación por edad / Mensaje / Canal:**
 - Votantes entre 18 y 45 años/ Juventud y renovación / Instagram

- **Segmentación por anterior voto-Mensaje-Canal:**

- Votantes PSOE y APC / Seguir con nuestro trabajo bien hecho y enmendar el mal hecho / Boca a boca.

- **Segmentación por Geografía / Mensaje / Canal:**

- Todo el pueblo menos C/Santa Bárbara (Votante duro PP) / Cuidar y mejorar todas las áreas por igual, sin favoritismos / Medios digitales y tradicionales.

Seguidamente, serán descritos los perfiles más llamativos a la hora de realizar la campaña del PSOE:

Las personas jóvenes de Catral.

Se busca desarrollar estrategias de comunicación específicas para conectar con la juventud de entre 18 y 35 años, promoviendo su participación en la vida política, ofreciendo programas y actividades que respondan a sus intereses y necesidades económicas y sociales, y fomentando su voz en la toma de decisiones del municipio.

Agricultores y productores agrícolas de Catral.

Se busca establecer estrechar la comunicación con este sector, comprender sus necesidades y preocupaciones, y promover políticas que apoyen el desarrollo sostenible de la agricultura de Catral, la preservación del medio ambiente y el impulso económico. Este es uno de los sectores clave de Catral.

Sector empresarial de Catral.

Otro de los pilares fundamentales del pueblo es el tejido empresarial, y es por ello que se busca mantener una comunicación fluida para entender sus necesidades, promover políticas que fomenten el desarrollo económico local, y brindar apoyo y asesoramiento en temas comerciales y empresariales.

Organizaciones comunitarias, asociaciones de vecinos y grupos ciudadanos.

Asociaciones como el AMPA o la Cooperativa de Catral buscan establecer alianzas y colaboraciones para abordar las necesidades y preocupaciones, y trabajar

juntos en proyectos de interés común, como mejoras en infraestructuras, servicios públicos, participación ciudadana, entre otros.

La tercera edad de Catral.

Catral sigue teniendo un buen porcentaje de perfil de la tercera edad, y por ello se trata de mantener una comunicación cercana, brindarles información clara sobre las políticas y programas de interés para ellos, y promover su participación activa en la vida comunitaria.

Medios de comunicación locales en Catral.

El PSOE debe buscar y establecer relaciones de colaboración con empresas como Telfy o Vegafibra para difundir noticias, logros y propuestas del PSOE en la localidad, así como para mantener informada a la comunidad sobre temas de interés público.

2.4 Competencia:

En el caso del PSOE de Catral, años atrás tenía algo más de competencia debido a que había más partidos políticos, como fue el caso de Alternativa por Catral (APC), no obstante, es de los pueblos de la Vega Baja y del sur de Alicante que presenta menos partidos para optar a gobernar el municipio. Por la parte de **Vox** es una incógnita, no obstante, el **Partido Popular** es el mayor contrincante en todos los aspectos. En este último es el que nos centraremos.

El Partido Popular, a diferencia del PSOE utiliza Instagram y Facebook, es decir, los medios digitales con un estilo mucho más conservador, serio y tradicional. El mensaje del PP durante estas elecciones es que **son mayoría, que lo tienen hecho y que ya han ganado**. Además, aparte de usar medios de comunicación digitales, se dedican a ir a puerta fría a repartir votos, desde primera hora de la mañana hasta la última hora de la noche. Sí que es verdad que, en este aspecto, los azules son superiores al PSOE, puesto que no se han centrado en ir a puerta fría en ningún momento. No obstante, en cuanto a resultados en los medios digitales, tanto en Instagram como en Facebook, es el 50 por ciento del que consigue el PSOE.

También hay que recalcar que en cuanto al buzoneo e ir a puerta fría repartiendo votos, lo han calendarizado mucho antes, al contrario que el PSOE, que lo han hecho para la última semana únicamente. Esto se debe a que el PSOE quiere dejar un recuerdo más fresco del voto, y no empezar en fechas lejanas a las elecciones y luego ser olvidados, siguiendo el principio de recencia.

Por su parte, Vox no ha movilizado prácticamente nada, pegaron carteles los primeros días (que se han caído), pero no han hecho nada más. No generan contenido en redes sociales, no están en la calle y no se pasean. Además, el candidato a la alcaldía por su parte no es del pueblo y, por ello, no tiene el mismo termómetro social que puede llegar a tener o bien el PP o bien el PSOE, que sí que son locales. **“No quieren gobernar, solo quieren ganar un concejal más y tener algo más de representación en la Diputación”**, explica Raúl Alonso.

El PSOE se diferencia del resto en muchos aspectos. **“Cuando tú has gobernado durante 24 años seguidos, desde los 90 hasta el 2007, prácticamente el pueblo ha sido construido por ti”**, desarrolla Víctor Leal, número 2 del PSOE. Poseen una lista de lo que sigue haciendo falta, de las necesidades que están cubiertas y las que faltan por cubrir, de los presupuestos y de la visión al respecto.

2.4.1 DAFO

A continuación, se desarrollará un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Es una herramienta de análisis estratégico que se utiliza para evaluar la situación de una organización.

- **Debilidades:** El PSOE de Catral tiene como principal debilidad la falta de tiempo. Esto se explica debido a que todos los miembros de la lista del partido no viven de esto, sino que tienen sus trabajos y, aparte, compaginan la campaña electoral frente a un Partido Popular que dedica mucho más tiempo a la campaña. En resumen, falta de capital humano. Además, ser muy éticos y moralistas también juega un papel en contra al PSOE, puesto que el PP se ha dedicado a ir a sitios de ancianos a repartir votos por correo, realizando actos con una ética dudosa.

- **Amenazas:** Catral es un pueblo ideológicamente de derechas, y muy conservador. La primera fuerza era Vox, la segunda el PP, y la tercera el PSOE en las generales.
- **Fortalezas:** la preparación que tiene la lista. El 50% está muy formada, y la gente que no lo está, está muy acostumbrada a trabajar o tiene empresas. Cuentan con gente de mucho recorrido, como por ejemplo Raquel Gómez entre 20 y 30 años, o Inma Úbeda lleva 30 años siendo concejala.
- **Oportunidades:** La principal oportunidad es el actual candidato a la alcaldía por parte del PP, Joaquín Lucas. Es un chico de alrededor de 40 años y, aunque entre la gente de 35 a 55 años sí que pueda sentirse identificada con él, tiene mucho desgaste entre los más jóvenes, por lo que se buscará intentar conectar con la población más joven.

3. Elaboración a partir de los datos obtenidos

3.1. Objetivos empresariales

En cuanto a los **objetivos** del PSOE en Catral, se puede comentar que han ido cambiando a lo largo de la misma. Víctor comenta que “al principio las expectativas eran medias o bajas, con vistas a conseguir 4 concejales sobre 13, pero hemos ido subiendo”. Hasta la fecha, el objetivo actual es conseguir 5 o 6 concejales sobre el total en las elecciones, aunque la semana previa a las elecciones es ir a por los 7 concejales.

Más allá de esto, si quitamos la lupa de los objetivos concretos como el de obtener el apoyo del electorado, podemos resumirlos en los siguientes:

- **Implementación de políticas y programas:** la adopción de medidas en áreas como la economía, el empleo, la educación, la salud, el medio ambiente o la igualdad de género entre otras, son uno de los principales objetivos del partido.

A continuación, algunas propuestas:

- Proyecto MAÑACO
- Creación del Instituto Número Dos
- Mejora del canal de riego de Catral
- Mejora del Polideportivo de Catral, apostando por el Deporte.

- **Promover la justicia social y la igualdad:** con políticas que reduzcan las desigualdades sociales, promoviendo la inclusión, protegiendo los derechos humanos y fomentar la igualdad de oportunidades para todos los catralenses.
- **Consolidar una base de apoyo sólida en el pueblo:** buscando mantener una comunicación constante, tanto como afiliados y simpatizantes, como con el pueblerino de a pie. La clave es mantener a las personas involucradas en la vida política y en la toma de decisiones, para mejorar así Catral.

3.2. Objetivos comunicativos

En la campaña, lo que el PSOE busca a través de los mensajes divulgados a través de los medios, sobre todo los digitales, es **mover y motivar al electorado más joven** del pueblo. Se busca conseguir el 70% o más de los votos de los jóvenes. De hecho, es un porcentaje ambicioso, pero no imposible, ya que ahí también entrarían los votantes blandos de APC que están un poco en duda. **“Con estos datos, posiblemente estaríamos en mayoría absoluta”**, explica Raúl.

Por otro lado, para referirnos a objetivos comunicativos más generales, no cabe duda que sería el siguiente:

- **Difusión del mensaje y los valores del PSOE:** A lo largo de la campaña, el PSOE tiene que matizar y dejar claro qué es lo que busca y la manera de hacerlo, destacando su compromiso con la justicia social, el progreso y la igualdad.

3.3 Mapa de públicos

Tras hacer un análisis tanto internamente como externamente de la organización, se propone mejorar el mapa de públicos existente haciendo hincapié en el público más adulto, sin olvidar que el *target* principal es el juvenil.

El partido ha enfocado la campaña de una manera más juvenil, siendo este su *target* como votante, no obstante, como partido político se busca tener la mayoría de votos, por lo que realizar estrategias y acciones comunicativas para este público con

mayor edad es también muy importante. De esta manera, a continuación, se desarrollará el mapa de públicos final al que debería de apuntar el PSOE de Catral: **las personas jóvenes**

Se busca desarrollar estrategias de comunicación específicas para conectar con la juventud de entre 18 y 35 años, promoviendo su participación en la vida política, ofreciendo programas y actividades que respondan a sus intereses y necesidades económicas y sociales, y fomentando su voz en la toma de decisiones del municipio.

Las personas adultas

El punto clave a mejorar y propuesta para esta campaña. Se debe reforzar la comunicación y la conexión con este sector, brindándoles información clara y relevante sobre las políticas, propuestas y logros del PSOE en Catral. También hay que detectar sus necesidades e inquietudes específicas y adaptar las propuestas del partido para abordarlas de manera efectiva. Además, se reforzará este sector con ciertos actos y eventos enfocados a este público.

Agricultores y productores agrícolas

Se busca establecer estrechar la comunicación con este sector, comprender sus necesidades y preocupaciones, y promover políticas que apoyen el desarrollo sostenible de la agricultura de Catral, la preservación del medio ambiente y el impulso económico. Este es uno de los sectores clave de Catral.

Sector empresarial de Catral

Otro de los pilares fundamentales del pueblo es el tejido empresarial, y es por ello que se busca mantener una comunicación fluida para entender sus necesidades, promover políticas que fomenten el desarrollo económico local, y brindar apoyo y asesoramiento en temas comerciales y empresariales.

Organizaciones comunitarias, asociaciones de vecinos y grupos municipales

Asociaciones como el AMPA o la Cooperativa de Catral buscan establecer alianzas y colaboraciones para abordar las necesidades y preocupaciones, y trabajar

juntos en proyectos de interés común, como mejoras en infraestructuras, servicios públicos, participación ciudadana, entre otros.

La tercera edad de Catral.

Catral sigue teniendo un buen porcentaje de perfil de la tercera edad, y por ello se trata de mantener una comunicación cercana, brindarles información clara sobre las políticas y programas de interés para ellos, y promover su participación activa en la vida comunitaria.

Medios de comunicación locales en Catral.

El PSOE debe buscar y establecer relaciones de colaboración con empresas como Telfy o Vegafibra para difundir noticias, logros y propuestas del PSOE en la localidad, así como para mantener informada a la comunidad sobre temas de interés público.

3.4 Estrategias comunicativas

Las estrategias comunicativas sirven para enfocar de manera general y planificar cómo se van a difundir los mensajes que la organización quiere transmitir. Es un conjunto de acciones y tácticas diseñadas para establecer una conexión efectiva entre organización y *target*, con el fin de transmitir un mensaje clave, crear una imagen positiva, influir en percepciones y comportamientos para así lograr los resultados esperados.

Para ello, se va a proponer la siguiente estrategia comunicativa:

- **Un plan de posicionamiento en redes sociales: Facebook e Instagram**

El objetivo de esta estrategia comunicativa es llegar tanto al público joven como al más adulto y que establezcan una relación con las propuestas e ideas del partido para mejorar Catral y, por ende, les voten.

Para este **plan de posicionamiento** se han elegido las redes sociales de la empresa Meta, **Facebook e Instagram**, debido a que, al ser de la misma empresa, el tipo de contenido que se haga para una red social, se puede realizar en la otra sin que esto llegue a penalizar en el algoritmo para mermar la difusión. Facebook lo suele usar el

sector más adulto, sin embargo, Instagram el más joven, por norma general. Gracias a la implementación de estas dos redes sociales, se asegurará el poder llegar a ambos públicos.

Se establecerá un horario a seguir a la hora de subir las publicaciones, evitando que se solapen para que las personas que estén en ambas redes sociales no vean el contenido dos veces y les agobie. El tipo de contenido girará en torno a conocer a los miembros de la lista, compartir las propuestas y los logros del PSOE en Catral, destacando aquellos que tengan un impacto directo en los habitantes del municipio, y fomentar la participación de la gente con llamados a la acción.

3.5 Acciones comunicativas

Las acciones comunicativas no son más que llevar a cabo las estrategias comunicativas y hacerlas realidad. Son las actividades y tácticas específicas que se desarrollan para implementar la estrategia comunicativa y lograr los objetivos establecidos.

- **Plan de posicionamiento en redes sociales del PSOE:**

El objetivo del plan de posicionamiento en RRSS no es otro que aumentar el alcance y la repercusión del PSOE en las mismas, enfocando el contenido a los habitantes de Catral y destacando a los integrantes de la lista del partido, propuestas y logros. Para ello, hay que tener varios aspectos en cuenta:

Investigación y análisis previo

- Realización de un análisis del público objetivo en Catral, incluyendo datos demográficos e intereses y comportamientos.
- Identificar las tendencias actuales en las redes sociales para poder adaptar el contenido a lo que se lleva a día de hoy.
- Evaluar las fortalezas y debilidades del PSOE en el municipio, estableciendo un DAFO (realizado en la primera fase).

Identidad del partido y de los perfiles en RRSS

- Se establecerá una voz y un tono coherente que refleje los valores y las ideas del PSOE.
- En cuanto al diseño de imagen, se usará la propia del PSOE, sin embargo, en cuanto al logo, se usará el del pueblo de Catral.
- La fuente a utilizar será la proporcionada por la organización (Interstate Light, Regular y Bold).
- Las cuentas se optimizarán desarrollando el contenido mediante descripciones claras en cada publicación.

Creación del contenido

- Se contratará a un creador de contenido profesional para que realice las funciones de guion, grabación y edición del contenido, además de llevar las redes sociales para el partido, delegando este trabajo para que el partido se pueda centrar en cuestiones primordiales.
- Las publicaciones serán periódicas, estableciendo un horario de 3 por semana, tanto en Facebook como en Instagram. En el caso de Instagram, se publicarán los *posts* los lunes, miércoles y viernes a las 15:00. Por su parte, en Facebook se publicarán los martes, jueves y sábados a las 20:00. Las horas han sido pensadas en función del público, ya que Instagram lo utiliza más gente joven, esa es de las horas que más activos están, aunque en el caso de Facebook, como va pensado para gente que ya tiene sus horarios establecidos, a esa hora ya han terminado la mayor parte de adultos su jornada.

Interacción y participación

- Hay que cuidar al público que gasta su tiempo en comentar, compartir y apoyar las publicaciones, por eso, hay que responder de manera amigable y oportuna los comentarios, mensajes directos y preguntas de los seguidores.
- Se fomentará la participación de los seguidores mediante llamados a la acción, como por ejemplo terminar los vídeos invitando a seguir las cuentas y compartir y etiquetar en las publicaciones a conocidos.

Objetivos a alcanzar

- Alcance: Incrementar el alcance de las publicaciones en un 30% en comparación con el período anterior de dos meses y las publicaciones de aquel momento.
- Interacción: Aumentar la interacción en un 30% en términos de *likes*, comentarios y compartidos en las publicaciones durante los dos meses.
- Seguidores: Aumentar la cantidad de seguidores en un 15% en un período de dos meses respecto al mes previo a comenzar la campaña.

Seguimiento y análisis

- A lo largo de la campaña, se monitorizará y analizará el rendimiento de las publicaciones, incluyendo el alcance, la interacción y el crecimiento de seguidores.
- Se realizará también un informe periódico para evaluar el impacto y la efectividad de la estrategia comunicativa del plan de posicionamiento. Para ello, se usarán los *insights* de Instagram y de Facebook.
- Se ajustará la estrategia conforme vaya avanzando la campaña y se vayan viendo resultados.

3.5.1 Storytelling.

La pasión de Antonio: cultivando sueños en Catral con el apoyo del PSOE

En el corazón del pintoresco pueblo de Catral, donde la tierra fértil y un sol espectacular se unen en perfecta armonía, vive Antonio, un agricultor cuya pasión por la tierra y sus cultivos ha sido apoyada por el compromiso del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) con el desarrollo rural y la agricultura sostenible.

Antonio, al igual que muchos agricultores en España, ha enfrentado numerosos desafíos a lo largo de los años. Sin embargo, gracias al respaldo y las políticas del PSOE, ha podido superar enormes obstáculos, como lo fue la DANA y el COVID, y alcanzar nuevas metas en su actividad agrícola.

El PSOE ha trabajado para promover el desarrollo rural y fortalecer el sector agrícola de Catral, reconociendo su importancia tanto económica como cultural en el municipio. A través de programas de apoyo y la implementación de políticas agrarias responsables, el partido ha brindado a agricultores como Antonio las herramientas necesarias para prosperar y llevar adelante sus tierras y sus negocios.

El agricultor ha sido beneficiario de programas de incentivos y financiamiento impulsados por el PSOE, que han permitido mejorar la infraestructura agrícola en Catral, garantizando el acceso a recursos y tecnologías y maquinarias modernas. Además, el partido ha promovido la formación y capacitación para los nuevos agricultores, fomentando prácticas sostenibles y brindando asesoramiento técnico especializado.

La visión del PSOE de una sociedad justa y equitativa se refleja en su compromiso con la agricultura sostenible y la promoción de productos locales de calidad. El partido reconoce el papel fundamental de los agricultores en la seguridad alimentaria, la preservación del medio ambiente y el desarrollo de las zonas rurales.

La historia de Antonio, el apasionado agricultor de Catral, es un ejemplo vivo de cómo el apoyo del PSOE puede transformar vidas y pueblos enteros como el de Catral. Su dedicación y esfuerzo, combinados con el respaldo de buenas políticas por parte del partido, han permitido que la agricultura del municipio aumente, generando empleo, fortaleciendo la economía local y promoviendo prácticas sostenibles.

Desde el PSOE, destaca la historia de Antonio como un testimonio de su compromiso con el desarrollo rural y la agricultura sostenible. A través del storytelling, se busca inspirar a otros agricultores y comunidades a seguir el ejemplo de Catral, promoviendo la colaboración entre el partido y los sectores agrícolas para impulsar un futuro próspero y sostenible para toda España.

3.5.2 Dossier de prensa

Dossier de empresa

PSOE - CATRAL

PSPV
PSOE
CATRAL





Contenidos

1. Quiénes somos

2. Nuestra misión, visión y valores

3. Estrategia comunicativa

4. Propuestas

5. Objetivos

6. Anexo



Quiénes somos

El PSOE (Partido Socialista Obrero Español) es un partido político comprometido con el desarrollo y el bienestar del pueblo de Catral. Se presenta como una entidad progresista y orientada al servicio público, con una larga trayectoria en la defensa de los derechos sociales y la igualdad.

Cuenta con un equipo de profesionales, tanto jóvenes y formados, como mayores y experimentados, dedicados a la gestión y representación política en el ámbito local. Su estructura se basa en la participación activa de sus miembros, quienes trabajan en estrecha colaboración con los habitantes del pueblo para abordar los desafíos y necesidades del municipio.

El partido se destaca por su compromiso con la transparencia, la ética y la responsabilidad en la toma de decisiones. Sus valores fundamentales incluyen la justicia social, la solidaridad, la sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos.

También se distingue por sus propuestas y programas enfocados en mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio. Busca impulsar políticas inclusivas y equitativas, promoviendo la participación ciudadana en la toma de decisiones y garantizando la igualdad de oportunidades para todos.

A través de su labor política, el PSOE de Catral aspira a construir una sociedad más justa, cohesionada y próspera. Su compromiso se refleja en la búsqueda de soluciones a los problemas locales, el impulso de políticas que promueven el desarrollo sostenible y la defensa de los intereses de la comunidad.



Misión, visión y valores

La **misión** del PSOE de Catral siempre se ha adaptado al contexto político en el que se encontraba el pueblo. No obstante, más que una misión, son varias: promover la justicia social y la igualdad de oportunidades, teniendo como objetivo principal la transversalidad y la gestión ecuánime. Esto consiste en no favorecer a nadie con medidas y tratar a todas las organizaciones, personas y colectivos de la misma manera. De esta manera, se busca que existan favoritismos hacia ciertos sectores y puedan perjudicar al resto.

La **visión** que tiene el Partido Socialista de Catral se centra en enfocar a Catral como un pueblo acogedor en el que todos los vecinos se sientan respaldados por el ayuntamiento. Todo ello sería posible gracias a las leyes y medidas propuestas por parte del ayuntamiento. El PSOE de Catral aspira a construir un futuro en el que se refuercen los servicios públicos, la educación y cultura y se impulsen políticas económicas sostenibles y equitativas.

De los **valores** que definen al Partido Socialista de Catral podríamos destacar los siguientes:

- **Socialismo democrático:** buscando una sociedad más justa, equitativa y participativa
- **Igualdad:** el Partido Socialista busca la igualdad de oportunidades para todas las personas, sin importar su origen, género, orientación sexual o cualquier otra condición personal como la religión.
- **Solidaridad:** entre vecinos y la cooperación entre los diferentes sectores para superar desigualdades



Estrategia comunicativa

Plan de posicionamiento en redes sociales: elecciones 28M

El objetivo de esta estrategia comunicativa es llegar tanto al público joven como al más adulto y que establezcan una relación con las propuestas e ideas del partido para mejorar Catral y, por ende, les voten.

Para este plan de posicionamiento se han elegido las redes sociales de la empresa Meta, Facebook e Instagram, debido a que, al ser de la misma empresa, el tipo de contenido que se haga para una red social, se puede realizar en la otra sin que esto llegue a penalizar en el algoritmo para mermar la difusión. Facebook lo suele usar el sector más adulto, sin embargo, Instagram el más joven, por norma general. Gracias a la implementación de estas dos redes sociales, se asegurará el poder llegar a ambos públicos

Se establecerá un horario a seguir a la hora de subir las publicaciones, evitando que se solapen para que las personas que estén en ambas redes sociales no vean el contenido dos veces y les agobie. El tipo de contenido girará en torno a conocer a los miembros de la lista, compartir las propuestas y los logros del PSOE en Catral, destacando aquellos que tengan un impacto directo en los habitantes del municipio, y fomentar la participación de la gente con llamados a la acción.



Propuestas

Las propuestas más favorables para el pueblo de Catral

- **Construcción del Colegio Número 2**
- **Construcción del I.E.S. Número 2**
- **Mejora en el Área de Deportes**
- **Mejoras en el Sector Agrícola**
- **Ampliación del Polígono Industrial**
- **Construcción del vial de Santa Águeda**
- **Mejora del sistema de recogida de basuras.**
- **Proyecto MAÑACO**
- **Fomento del comercio y de la hostelería**
- **Fomento de las fiestas del pueblo**



Objetivos del PSOE

Los objetivos de siempre, más claros que nunca.

- **Justicia social:** El PSOE busca garantizar la igualdad de oportunidades para todos los habitantes de Catral, independientemente de su origen social, género, orientación sexual o cualquier otra condición. Trabaja por la eliminación de la pobreza, la protección de los derechos laborales y la promoción de una distribución equitativa de la riqueza.
- **Bienestar y derechos sociales:** El partido se compromete a proteger y promover los derechos sociales, como la educación, la sanidad, la vivienda y el acceso a los servicios básicos. Busca mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente de aquellos en situación de vulnerabilidad, a través de políticas sociales y programas de apoyo.
- **Sostenibilidad y medio ambiente:** El PSOE se preocupa por la protección del medio ambiente y la promoción de un desarrollo sostenible. Apuesta por la transición hacia una economía verde, la reducción de las emisiones de carbono, la conservación de los recursos naturales y la lucha contra el cambio climático.
- **Democracia y participación ciudadana:** El partido defiende la participación activa de la ciudadanía en la toma de decisiones políticas. Promueve la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana en la gestión pública, fomentando el diálogo y la colaboración con la sociedad civil.
- **Igualdad de género:** El PSOE trabaja por la igualdad real entre hombres y mujeres, luchando contra la discriminación de género y promoviendo políticas que garanticen la igualdad de oportunidades y derechos para todas las personas, sin importar su identidad de género.

Anexo

Archivos fotográficos de la campaña del 28M.



Anexo

Archivos fotográficos de la campaña del 28M.



Anexo

Archivos fotográficos de la campaña del 28M.



3.5.3 Nota de prensa



Comunicado de Prensa

Fecha: 15 de mayo de 2022

El PSOE de Catral presenta la candidatura de Raúl Alonso a la alcaldía con una celebración de un mitin y una fiesta por todo lo alto

Catral, 15 de mayo de 2022

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) de Catral se complace en anunciar la presentación oficial de la candidatura de Raúl Alonso a la alcaldía del municipio. Este evento político rompedor, que celebrará un mitin seguido de una fiesta, en la que habrá un picoteo acompañado de un concierto, tendrá lugar el próximo 20 de mayo a partir de las 9 de la noche en la Casa de Cultura de Catral.

El mitin ofrecerá una oportunidad única para que los habitantes de Catral conozcan de cerca a Raúl Alonso y al resto de los integrantes de la lista del PSOE. Durante el acto, se compartirán las motivaciones, perfiles y compromisos de los candidatos, así como las propuestas y logros del PSOE en beneficio de los habitantes de Catral.

Tras el mitin, los asistentes podrán disfrutar de una fiesta en la que se ofrecerá comida y se realizará un concierto en vivo de la mano de El Postre, un grupo musical local. Será una ocasión perfecta para estrechar lazos entre los vecinos y los candidatos, así como para celebrar la democracia y el compromiso cívico.

El PSOE de Catral invita a todos los habitantes de Catral a asistir a este importante evento y a participar activamente en el futuro del municipio. El equipo del PSOE se compromete a trabajar incansablemente por el bienestar y el progreso de Catral, y espera contar con el apoyo de la comunidad en las próximas elecciones.

Para obtener más información sobre el mitin y la candidatura de Raúl Alonso, se invita a los medios de comunicación y al público en general a ponerse en contacto con María Teresa Rodríguez Alonso, Secretaria de Organización del PSOE Catral.

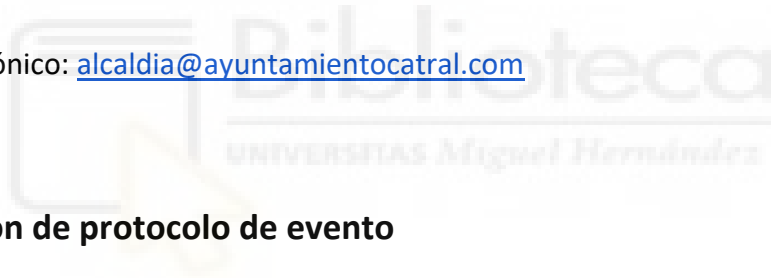
Contacto de Prensa:

Nombre: Carmen Rodríguez Rodríguez

Cargo: Abogada y secretaria del PSOE Catral

Teléfono: 652063913

Correo Electrónico: alcaldia@ayuntamientocatral.com



3.5.4 Gestión de protocolo de evento

La gestión de protocolo de un evento en un plan de comunicación aborda la planificación y organización de las actividades protocolares y ceremoniales que forman parte de la estrategia de comunicación del evento.

El protocolo desempeña un papel fundamental en la imagen y reputación de la organización, en este caso del PSOE de cara a las elecciones, y su correcta gestión contribuye a transmitir un mensaje coherente, profesional y respetuoso.

Es importante tener todos los cabos atados en los eventos, pues cualquier contratiempo puede causar una mala experiencia e imagen a todos los asistentes que vayan al mismo. Para ello, tendremos en cuenta los siguientes aspectos:

Planificación y logística del acto

- Seleccionar y reservar un lugar adecuado y espacioso para el mitin y su posterior fiesta. En este caso, se llegará a un acuerdo con el Ayuntamiento de Catral para celebrarlo en la Casa de Cultura, con capacidad suficiente para albergar a todo el mundo previsto.
- Establecer la fecha y hora del mitin será clave de cara a las elecciones. Hay que asegurarse de que no se solape con ningún otro evento para considerar la asistencia, por un lado, de los candidatos y oradores, como de los asistentes.
- Coordinar con proveedores y servicios necesarios para el evento, como puede ser el equipo de sonido, iluminación, sillas, catering, seguridad, etc. Concretamente, contaremos con la empresa Mayayo para el equipo de sonido del concierto que se realizará, ya que la propia Casa de Cultura dispone de equipo y material propio. El catering correrá a cargo de una panadería/pastelería local, Panadería Puri, fomentando así el comercio local. Por último, la seguridad correrá a cargo del Ayuntamiento, que movilizará a la Policía Local de Catral al sitio.
- En el escenario de la casa de Cultura, se pondrán las sillas de los concejales del PSOE formando un arco alrededor del atril, que se quedará en el centro del mismo. Además, se pondrá el logo en el propio atril, acompañado de flores tanto en el mismo como en las escaleras por donde accederán los miembros de la lista. En este caso se prescindirá de banderas.

Gestión de invitaciones y acreditaciones

- Se realizará la gestión de las invitaciones, confirmaciones de asistencia y acreditaciones de los participantes del evento. Esto incluye enviar las invitaciones, realizar seguimiento de las confirmaciones, elaborar las listas de invitados y diseñar los distintivos o identificaciones necesarios para así poder luego establecer los asientos de preferencia.

Horario e información del evento

Duración del acto: de 21:00 a 00:00

Lugar del acto: Casa de Cultura, Catral, Alicante.

- 21:00 - 21:05: Presentación del Acto por Laura Illán, presentadora del acto
- 21:05 - 21:15: Presentación de los miembros del PSOE por Laura Illán
- 21:15 - 21:25: Intervención de Carmen Rodríguez sobre las deficiencias del PP
- 21:25 - 21:35: Intervención de Víctor Leal sobre la formación de la lista del PSOE
- 21:35 - 22:10: Intervención de varios miembros del PSOE de la Diputación de Alicante.
- 22:10 - 22:25: Intervención de Raúl Alonso sobre las propuestas de cara al futuro y recalcar las diferencias con el PP
- 22:25 - 22:30: Agradecimientos y foto grupal con todos los candidatos del PSOE.
- 22:30 - 23:00: Picoteo y tiempo para que los asistentes socialicen y disfruten de la comida, además de poder charlar con todos los integrantes del PSOE y compartir sus ideas y propuestas.
- 23:00 - 00:00: Actuación del grupo musical El Postre, para amenizar la velada.

3.6 Calendario

El calendario desempeña un papel fundamental en el plan de comunicación. Su principal objetivo no es otro que establecer una estructura temporal y ordenada para la ejecución tanto de las estrategias como de las acciones comunicativas. Esto repercute de manera positiva en el plan de comunicación en varios aspectos:

Organización y gestión del tiempo

- El calendario permite visualizar de manera clara y concisa todas las actividades y tareas programadas. Esto facilita la asignación de recursos, gestión del tiempo y coordinación de las personas encargadas de dichas acciones.

Coherencia y consistencia

- Ayuda a mantener la coherencia y consistencia en la comunicación al establecer fechas y plazos cerrados para cada actividad, evitando la improvisación.

Secuencia lógica

- El orden lógico y secuencia al realizar las tareas es clave, permitiendo que las diferentes etapas de la comunicación se desarrollen de manera progresiva y se alineen con los objetivos y metas establecidos.

TAREAS	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7	SEMANA 8	SEMANA 9
Establecimiento de los objetivos de la campaña	■	■							
Contratación de creador de contenido y establecer objetivos		■	■						
Formar comité electoral, designar coordinador de campaña y crear contenido			■	■					
Publicar primera tanda de vídeos en RRSS y grabar 2ª tanda			■	■					
Publicar segunda tanda de vídeos en RRSS y grabar 3ª tanda				■	■				
Publicar tercera tanda de vídeos en RRSS y grabar 4ª tanda						■	■		
Presentación de la candidatura							■		
Publicar cuarta tanda de vídeos en RRSS y mitin del PSOE								■	■
Elecciones									■

1. Cronograma de la campaña. Fuente propia.

Para este plan de comunicación, realizaremos un cronograma, que es una representación gráfica o una tabla que muestra de manera secuencial las actividades y tareas de la campaña del PSOE. Las tareas o acciones se representan en forma de barras horizontales o verticales, siendo la longitud de estas proporcional a la duración de la tarea. También incluirá en este plan de comunicación actos importantes, como el del mitin previo a las elecciones, o un acto de la presentación de candidatura a la alcaldía de Raúl Alonso.

Como se puede apreciar en la tabla, arriba se encuentra el tiempo dividido en semanas, que representan la última semana de marzo y los meses de abril y mayo. Por otro lado, a la izquierda vemos las acciones más relevantes llevadas a cabo. Todo ello se ha representado con los colores y la fuente elegida por el propio partido.

3.7 KPIS/Estadísticas

Los KPIs (Key Performance Indicators) y las estadísticas son elementos clave en un plan de comunicación. Estos se usan para medir y evaluar el desempeño y los resultados de las estrategias y de las acciones de comunicación implementadas. Algo importante es que deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo. Estos indicadores permiten evaluar el progreso, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para ajustar las estrategias de comunicación.

Es necesario partir de una base para poder tener una referencia clara para comparar conforme vaya pasando el tiempo y las estrategias comunicativas tengan efecto. Para la campaña del PSOE, enfocada en un posicionamiento en redes sociales, tendremos los siguientes datos en cuenta para medir el impacto:

- **Alcance:** lo usaremos para reflejar el número de personas (perfiles en su defecto) únicas que han visto las publicaciones en un período de dos meses.
- **Interacción:** la desglosamos en los "likes", comentarios y compartidos que tengan las publicaciones durante los dos meses.
- **Seguidores:** seguir el crecimiento de los seguidores en los perfiles del PSOE de Catral durante los dos últimos meses también será clave.

A continuación, estableceremos los **objetivos** a alcanzar una vez lleguen las elecciones, para poder intentar transformar así la mayor repercusión posible durante este tiempo en votos efectivos el 28 de mayo:

- Se busca incrementar el **alcance** de las publicaciones del PSOE en RRSS en **un 30%** en comparación al que venía teniendo los últimos meses.
- Se busca aumentar la **interacción** también en **un 30%** en términos de "me gusta", comentarios y compartidos en las publicaciones durante estos dos meses.

- Se busca subir el número de **seguidores** en **un 15%** respecto al mes previo a comenzar la campaña.

Comparativa de resultados a lo largo de la campaña

Se realizará una media con los datos de 9 *posts* de dicho mes.

- **Datos previos al inicio de la campaña (31 de marzo)**
 - En cuanto a **seguidores**, el perfil de Instagram contaba con **280**.
 - Respecto a la **interacción**, las publicaciones tenían una media de **19,3 likes** por publicación y de **0,16 comentarios** por publicación.
 - Por su parte, en cuanto a **alcance**, tenían una media era nulo, partiendo de **76 cuentas**.
- **Datos del primer mes de la campaña (29 de abril)**
 - Aumentaron **104 seguidores**, quedando el perfil con un total de **384 seguidores** → **37% más** en un solo mes.
 - La **interacción** explotó, aumentó un **390%** de **cuentas que interactúan**, dejando una media de **48,5 likes** por publicación y una media de **4** comentarios por *post*.
 - El **alcance** subió exponencialmente un **1.423%** con respecto al mes de marzo, con **3808 cuentas alcanzadas**.



2. Estadísticas del mes de abril. Fuente: PSOE de Catral.

- **Datos del segundo mes de la campaña (28 de mayo)**

- Aumentaron **39 seguidores**, quedando el perfil con un total de **423 seguidores** → **10% más** en el último mes.
- La **interacción** se estabilizó, aumentó un **41%** de **cuentas que interactúan**, aunque bajó la media a **39,5 likes** por publicación y la media a 1 comentario por *post*.
- El **alcance** subió un poco más con respecto al mes de abril, un **15,6%**, con **4374 de cuentas alcanzadas totales** desde marzo.



3. Estadísticas del mes de mayo. Fuente: PSOE de Catral.

4. Conclusiones

Como conclusiones, se puede determinar que, durante los meses de abril y mayo, el plan de comunicación en redes sociales del PSOE de Catral ha sido un verdadero éxito de cara a la campaña electoral. El alcance y la visibilidad en las redes sociales han sido extraordinarios. Cada publicación ha sido una oportunidad más para difundir las propuestas y los ideales del PSOE de Catral, llegando a cada rincón del pueblo y despertando el interés de los catralenses.

La interacción y la participación de la comunidad también han sido muy positivas. Las redes sociales se han convertido en un espacio de diálogo y debate, donde los habitantes de Catral han expresado sus propuestas, compartiendo, comentando y apoyando cada contenido publicado.

El contenido relevante y con un tono motivante, haciendo llamados a la acción ha sido clave en la estrategia de comunicación. Cada publicación ha sido diseñada para transmitir las propuestas del PSOE de Catral de manera clara y apasionada. Gracias a ello, se ha logrado captar la atención y generar un gran impacto.

El crecimiento de los perfiles ha sido notable, sobre todo el de Instagram. Durante este periodo, hemos visto un aumento significativo en el número de seguidores y seguidoras, quienes se han convertido en pilares fundamentales de este proyecto. Cada persona nueva que empieza a seguir al partido es un granito de arena con vistas a las elecciones. Se concluye y se afirma que el plan de comunicación ha tenido **éxito**.

