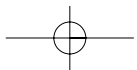
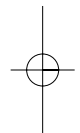
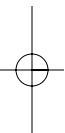


MARTES 22 DE NOVIEMBRE

Sesión 3:

**Estrategias de comunicación
en las políticas de calidad**

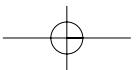
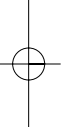
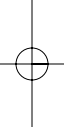
Ponentes: Iñigo Marcos Sagarzazu
Javier Sáez Lanas
Manuel Serrano Canón



MARTES 22 DE NOVIEMBRE

**DE LA INFORMACIÓN A LA COMUNICACIÓN.
EXPERIENCIA DEL AYUNTAMIENTO DE IRÚN
EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN A LOS CIUDADANOS**

**25. PONENCIA: Iñigo Marcos Sagarzazu
Área de Relaciones con el ciudadano
del Ayuntamiento de Irún**



MARTES 22 DE NOVIEMBRE

INTRODUCCIÓN

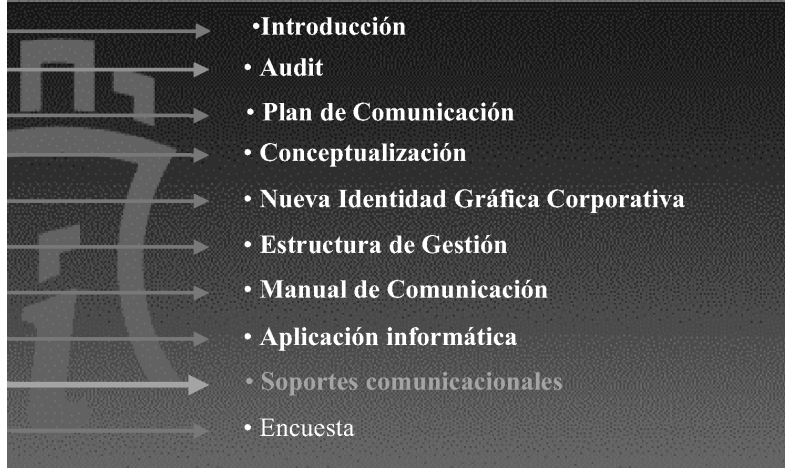
El Ayuntamiento de Irun cuenta desde enero de 1997 entre sus servicios con una Oficina Integral de Atención Ciudadana (SAC) fruto de un plan de mejora de las relaciones con el ciudadano, consecuencia de una importante reorganización que persigue como objetivo colocar al ciudadano como eje de la Organización.

De entre los diferentes servicios que el SAC presta a los ciudadanos (Información, Registro, Tramitación, Cita Previa, Avisos/quejas/sugerencias, Objetos Perdidos, Compulsas y Venta de Publicaciones), el de Información es el más demandado, 80.000 demandas anuales atendidas a través de los 2 canales de atención (presencial, telefónico), además de los 360.000 accesos a la web; información municipal (servicios, trámites, actividades, ofertas de empleo, contratación, etc.) e información de la ciudad (entidades de todo tipo, actividades, trámites extramunicipales, etc.).

Pero si hay algo que caracteriza este servicio es el hecho de que la información se facilita a demanda del ciudadano, quiero decir que requiere de una previa consulta por su parte.

En el año 2001 nos dimos cuenta de que teníamos que trabajar esta otra vertiente: la de hacer llegar al ciudadano la información sin que fuese necesario que éste se dirigiera a nuestros servicios. Nos marcamos, pues, como objetivo de mejora, el desarrollo de su Plan de Comunicación.

La Gestión de la Comunicación Externa Ayuntamiento de Irun



MARTES 22 DE NOVIEMBRE**Todo comunica**

Todo el Ayuntamiento y sus servicios comunican:

- ACTIVIDADES
- SERVICIOS
- CONTACTOS
- ELEMENTOS

Todo comunica, y en nuestras manos está la posibilidad de gestionarlo o dejar que actúe sin control.

AUDITORÍA

Nuestro Ayuntamiento disponía de una estructura y actividad comunicativa al uso en los ayuntamientos. Una oficina de prensa que divulgaba la información, principalmente oficial, a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y tv).

Lo primero que hicimos, como no podía ser de otra manera, fue llevar a cabo un análisis detallado del funcionamiento actual. Las principales conclusiones que obtuvimos fueron las siguientes:

- El posicionamiento de la institución se definía como disperso y difuso.
- La comunicación resultaba ser de carácter universal no segmentada por tipologías de público.
- No existía una relación estructurada y sistematizada con los ciudadanos.
- No había cultura de estrategia conjunta (estrategia transversal).
- El estilo utilizado es predominantemente oficial y formal.
- Se utilizaban únicamente los canales y medios tradicionales de comunicación, no disponiendo de canales propios.
- No destacaba ninguna IMAGEN CORPORATIVA:
 - Inexistencia clara de una política global de marca
 - Aplicaciones diversas del logo
 - Aparición de nuevos logos (SAC, Amaia KZ, OIJ, Deportes, etc.)
 - Utilización de alguna frase de base tipo “el futuro ya está en marcha”
 - Formatos y soportes de muy diversa índole

En resumen, no existía una POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL. Como un déficit ya muy conocido en las organizaciones públicas, nos encontramos nuevamente el problema de la integración, de la transversalidad. Cada departamento o servicio tiene su logo, sus soportes, sus folletos, su presupuesto, etc.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

Las directrices finales o recomendaciones de la auditoría realizada pueden resumirse en:

- SEGMENTACIÓN
- ACCESIBILIDAD
- INTEGRACIÓN CORPORATIVA
- “EDITAR MENOS PARA EDITAR MEJOR”

PLAN DE COMUNICACIÓN

Objetivos

La mejora de la eficacia y eficiencia de las actividades de comunicación del Ayuntamiento, mediante un Plan de Comunicación como:

- INSTRUMENTO DE PROMOCIÓN
Que los ciudadanos conozcan los servicios y actividades municipales.
- INSTRUMENTO DE PUESTA EN VALOR
Que los ciudadanos valoren los servicios y actividades municipales.
- INSTRUMENTO PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA CULTURA DE COMUNICACIÓN

Que la organización incorpore la actividad de comunicación como instrumento relevante en la mejora de la calidad de los servicios, eliminando la dispersión de las acciones comunicativas y coordinando y optimizando los recursos.



MARTES 22 DE NOVIEMBRE**DOBLE LÍNEA DE CONCEPTUALIZACIÓN**

Nos propusimos el desarrollo de la conceptualización a la búsqueda del concepto, de la frase de base que resumiera la idea de institución y ciudad que queríamos comunicar:

- **LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROYECTO CIUDAD**
Como propuesta/compromiso con los ciudadanos:
 - ha de jugar un papel motivador y de suma de adhesiones
 - ha de potenciar el sentimiento de orgullo
 - debe ser el paraguas en el que se enmarque toda actuación
 - debe ser la pieza básica de relación con la ciudadanía

- **LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN MUNICIPAL**
Organización como instrumento que promueve y suma esfuerzos para alcanzar el objetivo fijado.

Obtuvimos información, a través de diversas metodologías, en los siguientes apartados:

- **SITUACIÓN DE PARTIDA**
Aspectos positivos y negativos de la ciudad y la institución.

- **OBJETIVOS GLOBALES DEL AYUNTAMIENTO**
Planes estratégicos y de gestión.

- **VISIÓN MARCO A FUTURO DEL AYUNTAMIENTO Y LA CIUDAD**
Dando respuesta a preguntas tales como ¿cuál es el eje principal del valor aportado por el Ayuntamiento? ¿qué rasgos diferenciales queremos proyectar? ¿cómo queremos que nos perciban nuestros ciudadanos?

Finalmente, fruto de este trabajo de información y análisis, obtuvimos la frase de base o base-line que mejor pensamos reunía los objetivos que nos habíamos marcado:

Irun avanza sin fronteras

Un concepto que permite ser el paraguas de todas las actuaciones del Ayuntamiento:

- Irun avanza sin fronteras: mejorando los rincones de la ciudad.
- Irun avanza sin fronteras: promoviendo la juventud.
- Irun avanza sin fronteras: disfrutando del ocio y la cultura.
- Irun avanza sin fronteras: en la construcción de la ciudad.
- Irun avanza sin fronteras: en el desarrollo económico.
- Irun avanza sin fronteras: en la participación activa de los ciudadanos.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

Conceptualización



Irún avanza sin fronteras

Un base-line / concepto que habla de:

Una posición activa, no estática. **Dinamismo.**

Apertura e integración de lo nuevo.

Reconversión y transformación de la ciudad

Consolidación y expansión para ocupar un lugar privilegiado en su entorno directo (comarca) y extenso (Europa).

Horizonte de **futuro.**

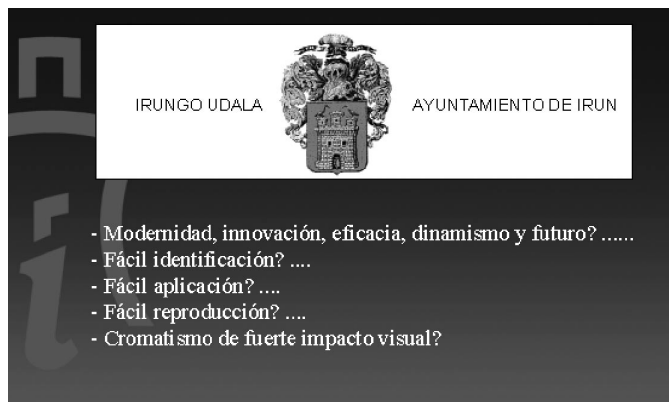
Una ciudad de los **emprendedores y de los inquietos.**

NUEVA IDENTIDAD GRÁFICA CORPORATIVA

Bien, disponemos ya del base-line, contamos con la idea de ciudad que queremos trasladar con nuestras comunicaciones, pero nos falta un elemento de vital importancia cual es la marca corporativa, una marca en consonancia con el mensaje que queremos transmitir.

El diseño corporativo está destinado a potenciar los trazos de identidad de las empresas, productos e instituciones, y a transformarlos en valores cuantificables.

Nuestra nueva identidad visual corporativa es el resultado de un proceso analítico, creativo y técnico que persigue un objetivo final: conseguir un sistema de identificación único que proyecte una imagen y una comunicación propias, y permita llegar a la competitividad necesaria para ser punto de referencia.



MARTES 22 DE NOVIEMBRE

En definitiva, una nueva imagen para un nuevo estilo de relación y compromiso con los ciudadanos de Irun represente:

- Una administración próxima al ciudadano, sensible y adaptativa.
- Una organización con servicios de calidad, innovadora, dinámica y moderna.
- En diálogo permanente con los ciudadanos.
- Una organización que suma experiencias, energías e ilusiones bajo los criterios siguientes:
 - MODERNIDAD
 - FÁCIL IDENTIFICACIÓN
 - FÁCIL APLICACIÓN

y mediante una normativa ON-LINE que catalice su utilización:

- Manual interactivo, eficaz, potente y rentable.
- Basado en navegadores de internet e intranet.
- Con contenidos fácilmente actualizables con bajo coste
- Con difusión ilimitada pero controlada
- Una herramienta de gestión de fácil accesibilidad
- Que contenga el máximo de ejemplos de aplicación del logo.

A partir de este momento ya no queda sino la progresiva implantación de la nueva identidad en todos y cada uno de los elementos municipales (todo comunica, decíamos):

- MATERIAL ADMINISTRATIVO
- PARQUE MÓVIL
- VESTUARIO
- SEÑALIZACIÓN VIARIA
- SEÑALÉTICA OFICINAS/SERVICIOS
- MATERIAL DE PROMOCIÓN
- ETC.



MARTES 22 DE NOVIEMBRE

ESTRUCTURA DE GESTIÓN

Decíamos en la introducción que nuestra estructura dedicada a la actividad de Comunicación era la tradicional de los ayuntamientos, una oficina de prensa dependiente de Alcaldía, cuyos cometidos constaban básicamente de la gestión de protocolo y relación con los medios de comunicación (prensa, radio y tv.) a través de convocatorias de ruedas de prensa y envíos de notas de prensa.

Pues bien, entendimos necesario crear una Unidad de Comunicación que, integrada en la nueva Área de Relaciones con el Ciudadano (que contiene también el SAC), gestionara las acciones comunicativas que corresponden al apartado anteriormente mencionado como Nivel Productivo, quedando en manos del Gabinete de Alcaldía (oficina de prensa) las propias del nivel Corporativo.

Comité de Comunicación

Como instrumento para la coordinación de las actividades comunicativas de ambos niveles, creamos un Comité de Comunicación presidido por la Concejalía de Relaciones con el Ciudadano y compuesto como vocales por representantes de ambas unidades (Gabinete + U. Comunicación), con la asistencia puntual (en caso de ser necesario) de los Relatores de las áreas/servicios demandantes de las acciones comunicativas.

Relatores

Creamos en la Organización una red de responsables sectoriales en materia de Comunicación, que vinimos en llamar Red de Relatores, y cuya función no es otra que actuar como referente de cada área en el campo de la Comunicación. Es, en definitiva, a quien corresponde elaborar el breafing. De las acciones comunicativas y confeccionar el pedido de las mismas a través de la aplicación informática.

Con todos ellos nos reunimos y formamos en aspectos básicos de comunicación, así como en el conocimiento del nuevo sistema y normas de actuación en este campo.

Manual de Comunicación

Por acuerdo de la entonces Comisión de Gobierno (17.04.02) fue aprobado el Manual de Comunicación, un documento que resume las normas de actuación en materia comunicativa.

Tras una exposición de los objetivos y directrices generales, relaciona los Tipos de Acciones Comunicativas y el tratamiento previsto para cada una de ellas:

1.- INFORMACIÓN DE USO

Información propia del servicio y de interés para el usuario (Horarios, actividades, nuevos equipamientos, etc.)

**MARTES 22 DE NOVIEMBRE**

- 2.- DIFUSIÓN DE TEMAS MENORES
Actividades y servicios de interés general que no tienen entidad como material individual (Información de uso de interés general).
- 3.- COMUNICACIÓN ORGANIZATIVA
El 'día a día' del Ayuntamiento
(Innovaciones, resultados, memorias, informatización, ...)
- 4.- ACCIONES DE MARKETING
Bienvenida (nuevos empadronados) y felicitación (nacidos)
- 5.- ANUNCIOS OFICIALES
(Contratación, ofertas de empleo, convocatorias, etc.)
- 6.- ACTUACIONES EN LA VÍA PÚBLICA CON REPERCUSIÓN GENERAL O LOCAL
(Obras, reurbanizaciones, cambios de tráfico, etc.)
- 7.- DIFUSIÓN/PROMOCIÓN DE ACTIVIDADES O SERVICIOS
(Programas, campañas de servicios, etc.)
- 8.- AGENDA DE ACTIVIDADES/CATÁLOGO DE SERVICIOS
(Culturales, deportivos, guías de servicios, etc.)
- 9.- ACCIONES SECTORIALES DE GRAN IMPACTO
(Fiestas, ferias, exposiciones, etc.)
- 10.- CAMPAÑAS CORPORATIVAS
(Proyecto ciudad, de civismo, proyectos singulares, etc.)

Asistencia técnica

Para asistir técnicamente y agilizar los procesos de comunicación, contamos con una asistencia técnica externa.

El objeto del contrato dice textualmente:

1.1. Consultoría en Comunicación

Asistir técnicamente al Comité de Comunicación del Ayuntamiento, participando de sus reuniones quincenales:

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

- Asistencia técnica a las áreas en sus acciones específicas, optimizando la utilización de los recursos
- Análisis de las propuestas de actuación que se planteen para su correcta difusión entre los ciudadanos de los programas y actividades a llevar a cabo por el Ayuntamiento
- Formulación y Propuesta de nuevas iniciativas de comunicación, relaciones públicas o eventos que puedan llevarse a cabo para cumplimentar los objetivos anteriormente expuestos
- Planteamiento y supervisión de la coherencia de la actividad de comunicación corporativa.

1.2. Coordinación, supervisión y gestión de la Comunicación.

Colaborar con la Dirección de Organización y Calidad del Ayuntamiento en el desarrollo de las tareas que a continuación se relacionan. Para la correcta realización de las mismas, la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos y materiales que sean precisos, garantizando en todo caso la dedicación específica de una persona de su plantilla por espacio de 20 horas semanales. Dicha dedicación, si el Ayuntamiento lo requiriera, tendría lugar en sus oficinas.

- Siguiendo las directrices marcadas en el Comité de Comunicación, ejecutar o gestionar la ejecución, en su caso, de cuantas acciones comunicativas decidan realizar el Ayuntamiento y sus áreas.
- Gestionar los soportes comunicativos propios o contratados por el Ayuntamiento (T.V., radio, prensa, expositores, web, revista municipal, etc.), al objeto de garantizar la máxima divulgación de la información municipal.

Este apartado incluye:

- Seleccionar y comunicar a los medios las acciones comunicativas a divulgar en los espacios semanales "El Ayuntamiento informa" (Radio y TV.).
- Diseñar, a partir de la plantilla prefijada, un número aproximado de 200 anuncios para su publicación en prensa escrita.
- Seleccionar, diseñar, editar y distribuir semanalmente en DIN-A4 y b/n las acciones comunicativas para los 12 puntos de información ubicados en otras tantas oficinas municipales.
- Mantener actualizada la información de los puntos electrónicos de información variable.

**MARTES 22 DE NOVIEMBRE**

- Gestionar el espacio de información y comunicación de la web corporativa (www.irun.org).
- Proponer acciones comunicativas a publicar en la Revista municipal.

1.3. Obtención de recursos complementarios.

Llevar a cabo cuantas gestiones sean precisas con el fin de obtener recursos complementarios, vía patrocinio o cualquiera de sus formas, a destinar en Comunicación.

Aún no siendo objeto de este concurso el diseño, creatividad y gráficas u otros formatos de ejecución de las acciones de comunicación del Ayuntamiento, éste se reserva la facultad de contratarlas directamente con el adjudicatario del presente concurso, por lo que se solicitan también precios de referencia.

Dicho contrato incluye también una relación de precios de referencia de aquellas actividades de comunicación más usuales (que todos los concursantes debían presentar); de esta manera, el Ayuntamiento, si quiere, puede contratar directamente con el adjudicatario las actividades de comunicación sin necesidad de nuevos procedimientos de contratación, agilizando sustancialmente la contratación.

Partida única

Otra acción que llevamos a cabo consistió en unificar en una partida única todas las diferentes partidas presupuestarias (prácticamente cada Área tenía la suya) del Presupuesto, asignando su gestión a la Unidad de Comunicación. Esta decisión es de vital importancia pues, además de dar coherencia al nuevo sistema, permite gestionar el gasto con una visión de conjunto y obtener importantes economías de escala.

APLICACIÓN INFORMÁTICA

Transcurridos un par de años, una vez visto que el nuevo sistema estaba asentado, consideramos conveniente informatizar el proceso.

El servicio de Informática Municipal nos desarrolló un pequeño aplicativo, simple pero práctico, que nos ayudaba a gestionar las acciones comunicativas.

Mejoras previstas

Con la informatización del proceso buscábamos las siguientes mejoras:

- AGILIDAD

En la creación, recepción y gestión de las solicitudes de acciones comunicativas.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

Gestión de la Comunicación - [Consulta Solicitudes de Acciones Comunicativas]

Acciones Comunicativas Utilidades Estadísticas Tablas auxiliares Ventana Salir

Lista de 'Acciones Comunicativas' Consulta de Acción Comunicativa

Soportes Asociados

Campaña: Ninguna [Cualquiera] N° Solicitud: []

Tipo de Acción: [Cualquiera] 01. Revista municipal

Estado: [Cualquiera] 02. Rueda de Prensa

Solicitante: [Cualquiera] 03. Nota de Prensa

Fín desde: 01-10-2005 Hasta: 30-10-2005 04. Teléfono 010

Texto Libre: [] 05. Página web

06. Mailings

07. Espacios en radio y TV

08. Vivir la Bahía

Orden por: Fecha de Solicitud /Mostrar sólo Notas/Ruedas de Prensa

Mostrar Limpiar Condiciones

Fecha Solicitud	Código	Fecha Inicio	Fecha Fin	Objetivo	Finalizado
15-07-2005	496	15-07-2005	07-10-2005	Hacer pública la convocatoria y BASES del X Certamen de Cine y Vídeo Joven	✓
30-08-2005	497	29-08-2005	10-10-2005	Informar a los ciudadanos de Irun de los beneficios derivados de la práctica	✓
14-09-2005	518	16-09-2005	15-10-2005	Informar a la ciudadanía de la próxima realización de encuestas relacionadas	✓
26-09-2005	536	26-09-2005	02-10-2005	informar de la Semana Cultural LANDETXA	✓
29-09-2005	538	20-10-2005	23-10-2005	Informar sobre la actuación de un espectáculo de Danza	✓
30-09-2005	540	30-09-2005	06-10-2005	informar sobre la CONFERENCIA "Alimentos para prevenir y tratar las	✓
04-10-2005	542	14-10-2005	16-10-2005	informar del Mercado del Peregrino	✓
04-10-2005	543	13-10-2005	13-10-2005	informar de la Conferencia de "Transeuropa-Cabo Norte Tarifa"	✓
04-10-2005	544	15-10-2005	15-10-2005	informar de la Zarzuela KATIUSKA	✓
10-10-2005	547	10-10-2005	10-10-2005	informar de la salida a la calle de la Revista Municipal	✓
10-10-2005	548	21-10-2005	23-10-2005	informar de la feria transfronteriza de la montaña, MENDIEXPO, que se	✓
=> 14-10-2005	552	14-10-2005	14-10-2005	informar del Concierto de Duo, de flauta y Guitarra	✓
14-10-2005	553	11-10-2005	17-10-2005	Informar del sorteo de VPO Discapacitados	✓
30-10-2005	551	30-10-2005	30-10-2005	Informar del sorteo de "Cátedra Municipal"	✓

- ARCHIVADO

Eficiente, tanto de las solicitudes como de las propias acciones comunicativas.

- CONSULTAS

Posibilidad de consultas directas y actualizadas por parte de los servicios solicitantes.

- CONTROL

Servicio de alerta para acciones comunicativas periódicas.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

Estructura

La estructura general de la aplicación es muy simple:

- APARTADO DE SOLICITUDES
 - Creación de nuevas solicitudes
 - Consultas de solicitudes existentes

The screenshot displays the 'Gestión de la Comunicación' application window, specifically the 'Consulta de Acción Comunicativa' form. The window title is 'Gestión de la Comunicación - [Consulta Solicitudes de Acciones Comunicativas]'. The menu bar includes 'Acciones Comunicativas', 'Utilidades', 'Estadísticas', 'Tablas auxiliares', 'Ventana', and 'Salir'. The toolbar contains various icons for navigation and actions. The main area is divided into several sections:

- Datos Generales:** Includes radio buttons for 'Nota-Rueda de Prensa (Solicitud reducida)' and 'Acción Comunicativa (Solicitud completa)'. Fields for 'Fecha Solicitud' (14-10-2005), 'Inicio Previsto' (14-10-2005), 'Fin previsto' (14-10-2005), and 'Nº Solicitud' (552) are visible.
- Serv. Solicitante:** A dropdown menu showing 'A.R.R.C. - DIR. DE SERVICIOS AL CIUDADANO'.
- Objetivo:** A text field containing 'informar del Concierto de Duo, de flauta y Guitarra'.
- Tipo de Acción:** A dropdown menu showing '07 - Difusión/Promoción de actividades y servicios'.
- Campaña:** A dropdown menu showing 'Ninguna'.
- Presupuesto Previsto:** A text field containing '0'.
- Público destinatario:** A dropdown menu showing 'todos'.
- Observaciones:** A text area containing 'Duo Flauta y Guitarra', '20:00h, en el Auditorio del Conservatorio Mendibil', 'Anuncio DV, 14 Octubre', and '2x2 LOCAL'.
- Validada por el Jefe de Área:** A checkbox that is currently unchecked.
- Lista de Soportes:** A list of communication channels with checkboxes:
 - [Cualquiera]
 - 01. Revista municipal
 - 02. Rueda de Prensa
 - 03. Nota de Prensa
 - 04. Telefono 010
 - 05. Página web
 - 06. Mailings
 - 07. Espacios en radio y TV
 - 08. Vivir la Bahía
 - 09. Anuncio en prensa, radio, T.V.
 - 10. Boletines oficiales
 - 11. Terminales Intranet
 - 12. Marquesinas
 - 13. MUIPI's
 - 14. Paneles electrónicos vía pública
 - 15. Paneles vía pública
 - 16. Banderolas
 - 17. Displays autobuses
 - 18. Expositores municipales
 - 19. Tablones de anuncios

- APARTADO DE ACCIONES COMUNICATIVAS
 - Seguimiento de la gestión de las acciones comunicativas
 - Consulta de las acciones comunicativas archivadas.

MARTES 22 DE NOVIEMBRE

ANEXO

SOPORTES COMUNICACIONALES

Como comentaba al principio, los canales tradicionales que los ayuntamientos utilizan para divulgar la información municipal suelen ser la prensa, la radio y la televisión locales, bien se trate de emisora o canal propios o privados.

Las ruedas y notas de prensa están a la orden del día.

Nosotros, teniendo presente la máxima de que “todo comunica” y con el objetivo de disponer también de canales de comunicación propios que nos permitieran comunicar con mayor agilidad y “estilo propio”, desarrollamos todo un plan de medios que podríamos clasificar en cuatro apartados:

- EN CASA DEL CIUDADANO
- EN LA CALLE
- EN NUESTRA CASA
- OTROS



SOPORTES COMUNICACIONALES

4 "espacios" comunicativos

EN CASA DEL CIUDADANO	EN LA CALLE	EN NUESTRA CASA	OTROS
1. Revista municipal	12. Terminales IruNet	21. Ptos. información (expositores)	26. Callejero
2. Ruedas de prensa	13. Marquesinas	22. Tablones de anuncios	27. Guía Servicios
3. Notas de prensa	14. MUPI's	23. S.A.C.	28. Folletos
4. Teléfono 010	15. Paneles electrónicos.	24. Señalética	29. Obsequios
5. www.irun.org	16. Paneles	25. Empleados Mepales	
6. Mailings	17. Banderolas		
7. Espacios radio/TV	18. Displays autobuses		
8. Vivir la Bahía	19. Infomones		
9. Diario mayor difus.	20 Señalética		
10. Boletines Oficiales			
11. Agenda cultural/ocio			

