

# INICIATIVA APORTA

## Plan de difusión 2020-2021



MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

**red.es**

Iniciativa  
**aporta**

# Índice

1. Objetivos
2. Público objetivo
3. Canales de comunicación
4. Bases de la estrategia
5. Acciones
6. Indicadores de impacto
7. Seguimiento

# Objetivos

## **Objetivo general: Incentivar la apertura de información de calidad y la reutilización de datos abiertos públicos y privados**

La Iniciativa Aporta es la iniciativa de datos abiertos del gobierno de España, para la armonización y el aprovechamiento eficiente de sinergias entre distintos proyectos de datos. Sus objetivos generales son impulsar, coordinar y armonizar la apertura de información pública, favorecer las condiciones para el desarrollo de la Estrategia europea de datos y promover un mercado ligado a la reutilización de la información del sector público.

Datos.gob.es es la plataforma donde tiene su reflejo la Iniciativa Aporta. Se posiciona como punto de acceso único a la información pública, facilitando la búsqueda de datos tanto a reutilizadores como al público general.

## **Objetivos específicos de la estrategia de comunicación**

- Sensibilizar sobre el valor de datos públicos y privados y su reutilización, abarcando sectores en los que la innovación con datos se presenta como un elemento clave.
- Consolidar la Iniciativa Aporta como divulgadora y amplificadora de proyectos relevantes tanto públicos como privados ligados a la publicación y reutilización datos.
- Posicionar la Iniciativa Aporta como referente en materia de sensibilización y promoción de la reutilización de información del sector público y privado a nivel nacional e internacional, en particular en los principales índices de referencia.
- Dinamizar en redes sociales y ecosistemas de referencia, informando de las acciones que se desarrollen en el marco del proyecto dirigidas a demostrar que el uso de los datos se traduce en beneficios económicos o sociales.
- Mejorar el reconocimiento del esfuerzo de publicación de datos por parte de los sectores público y privado a escala nacional al poner a disposición de la sociedad los datos que generan con su actividad.

# Público objetivo

Vamos a centrar las acciones de comunicación de la Iniciativa Aporta en 3 públicos objetivos:

## Ámbito público:

- **Organismos públicos**, tanto en su faceta de publicadores como de posibles reutilizadores de los datos abiertos que ellos mismos u otros organismos públicos generan, con el objetivo de mejorar su eficiencia, tomar decisiones y elaborar políticas públicas alineadas con las necesidades de la sociedad.

## Ámbito empresarial:

- **Desarrolladores y empresas infomediarias** que precisan fuentes de datos para crear productos y servicios que quieran dar a conocer.
- **Emprendedores y start-ups** que quieran poner en marcha un negocio utilizando datos de fuentes abiertas.
- **Científicos de datos y otros profesionales** que necesiten analizar distintas fuentes de datos para tomar decisiones estratégicas.
- **Periodistas de datos**, que cuenten historias basadas en información pública objetiva.

## Ámbito educativo:

- **Estudiantes de distintos ámbitos**, como futuros profesionales que podrán utilizar los datos abiertos, bien para una toma de decisiones más efectiva, bien para desarrollar proyectos innovadores basados en datos.
- **Profesores**, que podrán utilizar datos abiertos en sus clases para impulsar la adquisición de conocimiento en diversas materias, y que pueden enseñar a sus alumnos a acceder y analizar datos abiertos de repositorios públicos.

Existe la posibilidad de centrarnos en sectores de actividad específicos en base a las necesidades estratégicas de la iniciativa Aporta

# Canales

Para conseguir los objetivos marcados, se utilizarán los siguientes canales:

## **DATOS.GOB.ES**

- Difusión del contenido creado en el plan estratégico.
- Repositorio de contenidos del cual bebe los canales sociales de la iniciativa.

## **BUZÓN CONTACTO**

- Asesoramiento a la comunidad de datos abiertos.
- Ayuda y soporte a los usuarios, ciudadanos, reutilizadores y organismos.

## **NEWSLETTER**

- Labor de divulgación del contenido propio de la Iniciativa Aporta

## **TWITTER**

- Conversación activa con la comunidad open data
- Difusión de contenido del sector.
- Monitorización de tendencias, noticias y novedades nacionales e internacionales.

## **LINKEDIN**

- Difusión de contenido del sector.
- Monitorización de tendencias, noticias y novedades nacionales e internacionales.

# Bases de la estrategia

## Mensajes y tácticas

La estrategia con la que trataremos de conseguir los objetivos fijados, se desarrollará en torno a un mensaje principal y dos pilares estratégicos.

**Mensaje principal:** Los datos, el motor del mundo.

- Los mensajes se centrarán en resaltar el papel de los datos a la hora de conseguir mejoras sociales y económicas que afecten a todos los ciudadanos. Para ello se mostrarán ejemplos reales y se proporcionarán consejos a los usuarios.
- Aunque el foco de la iniciativa Aporta seguirá puesto en los datos abiertos, se resaltaré el valor de los datos de una manera amplia. De esta forma hablaremos de reutilización de información tanto del sector público como del privado.
- Se resaltaré el papel de los datos en todos los sectores y como base de tecnologías disruptivas.

### Pilares de la estrategia

La estrategia se basará en dos pilares:

#### Creación y difusión de contenido propio

Se continuará realizando una estrategia de marketing de contenidos (o content marketing). Esta técnica de marketing se basa en crear, publicar y compartir contenidos de interés para nuestro público objetivo definido anteriormente.

#### Interacción con los usuarios para conocer sus necesidades

Construiremos una estrategia viva, que se vaya adaptando a las necesidades reales del ecosistema de datos. Para ir conociendo sus necesidades se dará mucha importancia a la escucha activa en redes sociales. De una manera proactiva, se contactará con otras iniciativas y reutilizadores.

# Bases de la estrategia

## Temáticas clave

Dado que el plan estratégico se basa en el marketing de contenidos es importante determinar las principales temáticas a tratar. Estos contenidos se desarrollarán atendiendo principalmente a sectores clave y abarcarán distintos ámbitos de alcance.

### Temáticas a tratar :

- **Últimas novedades y tendencias:** nuevas iniciativas, cambios en la normativa...
- **Ejemplos y buenas prácticas:** difusión de referentes para el ecosistema de datos.
- **Casos de uso:** Ejemplos de aplicaciones, empresas, proyectos que pongan de manifiesto el potencial de los datos generados por las administraciones públicas para impulsar mejoras en áreas concretas como la salud.
- **Contenidos formativos:** guías y materiales educativos que ayuden tanto a publicadores como reutilizadores.
- **Nuevas tendencias tecnológicas ligadas a los datos:** IA, ciencia de datos, Internet de las Cosas, Big Data & Analytics, 5G, etc.
- **Promoción del catálogo de datos:** difusión de conjuntos de datos específicos incluidos en datos.gob.es, que puedan despertar interés en la comunidad, prestando especial atención a aquellos de alto valor o dinámicos.
- **Ejemplos de visualizaciones de datos:** principalmente realizadas con datos de datos.gob.es.

### SECTORES CLAVE

- Educación
- Salud
- Smart cities
- Sector Público
- Turismo
- Medio ambiente

### ÁMBITO DE ALCANCE

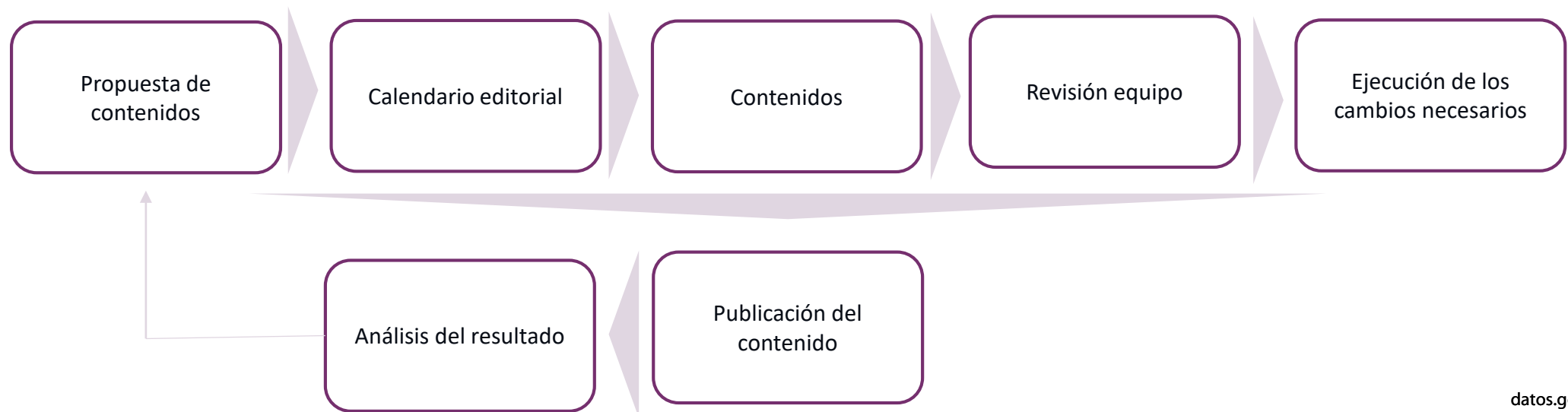
- Ámbito Internacional
- Ámbito nacional
- Ámbito local

# Bases de la estrategia

## Calidad de los contenidos

Para favorecer que los contenidos generados se difunden más fácilmente y llegan a una mayor audiencia, se van a aplicar los siguientes requisitos:

- **Contenidos Multilingües:** La mayoría de los contenidos se publican en datos.gob.es **tanto en español como en inglés**, para favorecer su difusión entre la comunidad internacional de open data.
- **Importancia de los contenidos gráficos:** Todos los contenidos publicados en datos.gob.es van acompañados de un elemento visual: fotografías, gráficos, diagramas, infografías, vídeos, etc. que facilitan su contenido y ayudan a una mejor difusión en redes sociales.
- **Alineación con Europa:** Se prestará especial atención a la posición de Europa en materia de datos, para generar mensajes alineados con las políticas, planes estratégicos, iniciativas, normativas, directivas, etc. que vayan surgiendo a lo largo de estos tres años.
- **Revisiones continuas:** Todos los contenidos son revisados por el equipo responsable de la Iniciativa Aporta





# Acciones

## Contenidos Web

Para enriquecer el contenido de datos.Gob.es se crearán los siguientes contenidos textuales, que versarán sobre las temáticas indicadas en el apartado [temáticas clave](#).

- **POST:** Se crearán contenido (noticias, eventos, blog de innovación, etc.) que se publicarán en datos.gob.es para favorecer su difusión entre la comunidad internacional open data.
- **EMPRESAS Y APLICACIONES:** Se realizarán diversas fichas informativas que recojan el mayor número posible de nuevas y empresas y aplicaciones que utilicen datos abiertos como base de su funcionamiento, para su posterior publicación en datos.gob.es.
- **ENTREVISTAS:** Entrevistas a agentes relevantes y cercanos a la iniciativa Aporta.
- **BOLETÍN:** El envío del boletín se realizará cada 15 días e incluirá 3 o 4 contenidos de interés publicados durante el último mes en datos.gob.es podrá incluir.

## CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Se fijará la nueva línea gráfica, que se recogerá en el manual de estilo. Además, se proporcionarán plantillas para la creación de:

- Documentos Word
- Presentaciones Powerpoint
- Visuales y banners
- Plantillas para el carrusel de inicio de datos.gob.es. (.jpg)
- Imágenes a publicar en datos.gob.es

Estos contenidos servirán para impulsar la difusión de contenidos web, monográficos y otras acciones de comunicación a desarrollar en el marco de la Iniciativa Aporta (por ejemplo, el Encuentro o el Desafío Aporta)

# Acciones

## Redes sociales

Uno de los principales ejes estratégicos del plan de comunicación reside en ofrecer visibilidad a todas y cada una de las temáticas y acciones que se van desarrollando dentro de Iniciativa Aporta. Para ello, resulta imprescindible gestionar de manera estratégica y eficaz las redes sociales con el fin de obtener los mejores resultados.

- **Gestión estratégica de contenido:** para lograr alcanzar el mayor engagement y alcance de las publicaciones del portal, se desarrollarán los siguientes contenidos:
  - **Twitter** (5 contenidos/día > 3 español/2 inglés)
    - 2 publicaciones de contenido propio acompañadas de visual en los casos necesarios
    - 3 publicaciones de contenido exterior (tomando como referencia el sector internacional y organismos como el EDP, ONTSI, etc.)
  - **LinkedIn** (2 contenidos/semana > 1 español/1 inglés)

En la medida de lo posible, se intentará que los contenidos compartidos sigan las siguientes proporciones:

- **1-2 tweets diarios serán de contenido propio.** Todos los contenidos creados serán difundidos, en español e inglés, en redes sociales.
- **3-4 tweet diarios serán de contenido externo.** Se pondrá el foco, principalmente, en los siguientes sectores y temáticas: datos abiertos, medicina personalizada, educación (plataformas y tecnologías), uso de IA para mejorar servicios públicos, smart cities, tecnología 5G, blockchain, IoT, etc.

# Acciones

## Redes sociales

Otras líneas de actuación a seguir en la gestión de redes sociales serán:

- **Impulso de la interacción:** Se seguirá y retuiteará el contenido de cuentas relevantes, para intentar generar interacción con actores de renombre del ecosistema open data a nivel nacional e internacional. Asimismo, se dará “me gusta” a aquellos usuarios que compartan nuestro contenido.
- **Uso de visuales e iconos:** Twitter es una red social muy competitiva, con mucho contenido que se va actualizando de manera muy rápida. Para llamar la atención de los usuarios, se utilizarán copys que llamen a la acción, iconos y visuales que resuman el contenido de una manera atractiva.
- **Acciones relevantes y mejoras:** creación de campañas específicas para aumentar la difusión de datos abiertos, conjuntos de datos de las diferentes Comunidades Autónomas y principales ciudades, además de conjuntos de datos disponibles en cada categoría de datos.gob.es.
- **Foco en los “días especiales”:** Se tendrá en cuenta el calendario de días mundiales de la ONU y se planificará contenido acorde a cada hito, que se distribuirá con el hashtag específico con el objetivo de atraer usuarios interesados en la materia.
- **Tests, consultas abiertas y encuestas:** Con el objetivo de mejorar la interacción de la comunidad de datos abiertos con la Iniciativa Aporta, se propone realizar una serie de encuestas y test tipo “trivial” que ayuden a dinamizar la conversación en los distintos canales, a través de herramientas como typeform. Algunos ejemplos de acciones que se pueden desarrollar son:
  - ✓ Encuestas para enriquecer los documentos elaborados por expertos.
  - ✓ Consultas para chequear con los usuarios el interés existente por distintas temáticas.
  - ✓ Juegos tipo trivia donde los usuarios tengan que demostrar su conocimiento sobre distintas áreas relacionadas con los datos abiertos.
  - ✓ Juegos para promocionar eventos como el Encuentro Aporta o el Desafío Aporta.

# Acciones

## Escucha activa

Uno de los focos de la estrategia de comunicación para el año 2020-2021 será la escucha activa y la interacción con los usuarios. El objetivo es conocer las necesidades concretas tanto de publicadores de datos como de reutilizadores, para poder ir evolucionando la estrategia de contenidos en base a sus demandas.

### GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE

Se va a realizar un análisis de reputación online que se entregará en el mes de septiembre. Para ello se utilizará la herramienta Talkwalker. Dicho recogerá las principales conclusiones obtenidas, así como recomendaciones y una serie de acciones a desarrollar en el marco del actual pliego.

### NUEVO CANAL DE COMUNICACIÓN

Además de conocer qué se dice de la Iniciativa Aporta y datos.gob.es, también es necesario interactuar con los usuarios para darles respuestas a sus preguntas o sugerencias.

Además de utilizar el canal de correo electrónico [contacto@datos.gob.es](mailto:contacto@datos.gob.es), se pondrá en marcha la cuenta [dinamización@datos.gob.es](mailto:dinamización@datos.gob.es) para recibir peticiones de difusión de actividades relacionadas con el mundo de los datos.

# Acciones

## Escucha activa

### PUESTA EN MARCHA DE UNA COMUNIDAD DE DATOS

Se buscará mejorar el engagement con las comunidades de datos existentes. Para ello se realizarán las siguientes actividades:

- 1) **Identificar y contactar con Comunidades de datos:** creación de un listado con las principales comunidades de desarrolladores y reutilizadores de datos ya existentes. Se podrán elaborar listados específicos segmentados por el tipo de audiencia: sector privado, sector público y universidades.
- 2) **Propuesta de colaboración con la Iniciativa Aporta:** se establecerá contacto con expertos y personas responsables de las comunidades identificadas a través de distintos canales (redes sociales, correo electrónico, foros de conversación, etc.) y se les invitará a difundir sus iniciativas en las distintas secciones de datos.gob.es.
- 3) **Acciones dirigidas a desarrolladores.**
  - Creación de documentos de soporte y buenas prácticas dirigidos a reutilizadores, así como materiales tipo test y listas de verificación.
  - Puesta en marcha en redes sociales de campañas destinadas a promocionar conjuntos de datos específicos con un gran potencial reutilizador, mencionando a las comunidades que nos interesen que se hagan eco de ellas.
  - Posibilidad de crear de una **lista de distribución** -garantizando el cumplimiento normativo relativo a la privacidad y protección de datos personales. Se valorará la posibilidad de realizar una newsletter específica para reutilizadores de manera trimestral.
  - Lanzamiento de concursos y hackáthones, como el Desafío Aporta.
  - Impulso de un perfil de datos.gob.es en un repositorio en Github
  - Se propondrá la posibilidad de crear un espacio para reutilizadores en datos.gob.es donde se recopilen noticias de interés, listados de comunidades, calendario de eventos, ejemplos de visualizaciones realizadas con datos abiertos, etc.

# Acciones

## Otras acciones

### SEO

Se ha elaborado una auditoría SEO del funcionamiento del portal: <https://datos.gob.es/>

### COOPERACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

- **Se trabajará en el continuo refuerzo de la cooperación internacional:**
  - ✓ Envío periódico de documentación al European Data Portal para su publicación
  - ✓ Establecer contacto con otras iniciativas latinoamericanas y europeas.
  - ✓ Colaboración para completar cuestionarios para el posicionamiento en Rankings internacionales.
- **Y de la colaboración con otras iniciativas nacionales de datos abiertos,** estableciendo contacto con iniciativas nacionales, autonómicas y locales para difundir sus contenidos.

### ENCUENTRO APORTA, DESAFÍO Y PREMIOS

- Se hará un esfuerzo especial para, a través de los canales y acciones habituales, apoyar la difusión de los eventos, concursos y hackáthons que se realicen en el marco de la Iniciativa Aporta.
- Además, se podrán realizar acciones puntuales como podcast, webinars, vídeos, que ayuden a conseguir un mayor impacto en el público objetivo.

# Acciones

## Otras acciones

### ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Se realizará un análisis detallado de la estrategia y acciones de comunicación que realizan otras iniciativas nacionales e internacionales, con el objetivo de establecer tendencias, puntos fuertes y también analizar ideas o formatos que puedan ser utilizados a lo largo del proyecto.

En base a criterios establecidos se seleccionarán un total de 5 iniciativas regionales, locales o internacionales para el análisis.

Los elementos que se analizarán son:

- **Espacios digitales.** Se hará un análisis pormenorizado de los distintos espacios digitales que utilicen las iniciativas seleccionadas: portales de datos abiertos, páginas web, landing, canales sociales, etc.
- **Estrategia de contenidos.** El análisis incluirá un estudio de la estrategia de contenidos utilizada: mensajes comunicados, audiencias tratadas, tipo de contenido promocionado, frecuencia de publicación y objetivos estratégicos.
- **Tipologías de Contenido.** Se describirán los distintos tipos de contenidos que utilizan las iniciativas analizadas y el peso que se le da a cada uno de ellos dentro de la estrategia general.
- **SEO competencial.** Se realizará un estudio SEO acerca del posicionamiento orgánico de estas iniciativas en comparación con el Proyecto Aporta, que nos permitirá conocer el grado de posicionamiento de cada uno de ellos.
- **Acciones específicas.** Igualmente se listarán y analizarán las acciones específicas que cada iniciativa realiza para posicionar su marca en el entorno digital: campañas de publicidad, concursos y hackáthones, colaboraciones con asociaciones civiles, acciones de vídeo, creación de espacios digitales, etc.

El análisis y las conclusiones obtenidas se plasmarán en un documento Power Point de entre 20-30 diapositivas.

El documento incluirá una serie de recomendaciones que nos ayudarán a mejorar la estrategia de comunicación.

# Indicadores de impacto

## KPIS y herramientas de medición

Para garantizar la consecución de los objetivos se han establecido una serie de objetivos cuantitativos:

Canal	KPI	Valor
Web	• Aumento de las visitas a datos.Gob.es	10% anual
Redes Sociales	• Crecimiento de la comunidad digital (Twitter + LinkedIn)	8% anual
	• Aumentar la tasa de interacción en los medios sociales (Twitter +LinkedIn)	2,5% anual
	• Crecimiento del tráfico social	10% anual
Boletín	• Aumento de la lista de suscriptores al boletín	5% anual
Otros	• Impacto en Medios	12 impactos anuales

La consecución de estos objetivos se medirá a través de las siguientes **herramientas de medición**:

- ❖ Google Analytics para medición de datos en web
- ❖ Google Data Studio como herramienta de visualización de Datos
- ❖ Twitter Analytics
- ❖ LinkedIn Analytics
- ❖ Talkwalker para medición de impacto social
- ❖ Hotjar para analítica web y usabilidad
- ❖ SEMrush para monitorización del posicionamiento SEO

Existe la posibilidad de centrarnos en sectores de actividad específicos en base a las necesidades estratégicas de la iniciativa Aporta



# Seguimiento

Al tratarse de contenidos vivos y ligados a las necesidades en tiempo real de la Iniciativa Aporta, **mes a mes se irán definiendo los contenidos** concretos a publicar en datos.gob.es (artículos, empresas, aplicaciones, boletín, entrevistas, documentos...). En el caso de las **redes sociales**, se definirán los contenidos a publicar **día a día**.

Además, se mantiene una comunicación constante entre el equipo:

- Reuniones telefónicas periódicas con los expertos.
- Reunión de seguimiento semanal en la que se acuerdan los próximos contenidos y actuaciones.
- Reunión de presentación de resultados mensual.

Todo ello para garantizar la calidad y la adecuación de los contenidos a las necesidades de las actuaciones de difusión.

Todo ello para garantizar la calidad y la adecuación de los contenidos a las necesidades del proyecto

**datos.gob.es**  
reutiliza la información pública



GOBIERNO  
DE ESPAÑA  
MINISTERIO  
DE ASUNTOS ECONÓMICOS  
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

**red.es**

Iniciativa  
**aporta**