

# Estrategia de comunicación con actores relevantes



**Oficina de  
Transformación Comunitaria  
en la provincia de Cádiz**



 **Financiado por  
la Unión Europea**  
NextGenerationEU

   **Plan de Recuperación,  
Transformación y Resiliencia**

 **Diputación  
de Cádiz** | **FUNDACIÓN MEDIO AMBIENTE,  
ENERGÍA Y SOSTENIBILIDAD  
DE LA PROVINCIA DE CÁDIZ**  
Agencia Provincial de la Energía

[planderecuperacion.gob.es](http://planderecuperacion.gob.es)

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Nuestra audiencia.....	4
2.1. Segmentación de públicos.....	4
2.2. Análisis de intereses y necesidades.....	6
2.3. Estrategias de relación.....	7
3. Objetivos y mensajes.....	8
3.1. Objetivos.....	8
3.2. Mensajes clave para ciudadanía y hogares.....	9
3.3. Mensajes clave para empresas y comercios locales.....	10
3.4. Mensajes clave para administraciones locales.....	10
3.5. Mensajes clave para asociaciones y colectivos sociales.....	11
3.6. Mensajes clave para instituciones educativas.....	11
3.7. Mensajes clave para pequeñas distribuidoras y comercializadoras eléctricas.....	12
3.8. Mensajes clave para grupos de desarrollo rural (GDR).....	12
4. Canales y medios.....	13
4.1. Canales de comunicación para ciudadanía y hogares.....	13
4.2. Canales de comunicación para empresas y comercios locales.....	14
4.3. Canales de comunicación para administraciones locales y GDR.....	15
4.4. Canales de comunicación para asociaciones y colectivos sociales.....	15
4.5. Canales de comunicación para medios de comunicación.....	16
4.6. Canales de comunicación para instituciones educativas.....	17

# 1. Introducción.

La estrategia de comunicación con los actores relevantes detectados en la OTC de Cádiz es una herramienta estratégica diseñada para dirigir adecuadamente los esfuerzos de difusión y comunicación del proyecto dentro de la provincia de Cádiz. Este plan es esencial para asegurar que todos los actores clave y la comunidad en general estén informados sobre las iniciativas y oportunidades que ofrece la Oficina de Transformación Comunitaria (OTC).

**Objetivo general:** El objetivo principal del Plan de Comunicación es garantizar la difusión efectiva de la información relacionada con la creación y gestión de Comunidades Energéticas en la provincia. Esto incluye tanto la sensibilización sobre los beneficios de las energías renovables como el fomento de la participación ciudadana y de otros actores locales en estas iniciativas.

**Plazo de ejecución:** La Estrategia de Comunicación se implementará hasta el 30 de septiembre de 2025, coincidiendo con la finalización del proyecto OTC Cádiz. Durante este periodo, se llevarán a cabo diversas acciones de comunicación, difusión, acompañamiento y asesoramiento, orientadas a alcanzar el máximo impacto en la comunidad.

**Compromiso de difusión:** El compromiso de la OTC Cádiz con la difusión es fundamental. Este plan busca que todos los residentes, tanto personas físicas como jurídicas, conozcan y se involucren en las Comunidades Energéticas. Esto incluye la creación de nuevas comunidades y el apoyo a las ya existentes, con un enfoque en la descarbonización justa e inclusiva.

**Marco del proyecto:** El proyecto se enmarca dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por los fondos Next Generation de la Unión Europea, a través del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) y el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE). Este financiamiento respalda las actividades de la OTC Cádiz, cuyo presupuesto total asciende a 331.000,00 €, de los cuales 231.700,00 € son subvencionados.

### *Estrategia de comunicación de actores relevantes*

Estructura del plan de comunicación: El Plan de Comunicación se estructura en los siguientes capítulos:

- **Introducción:** Visión general del plan y sus objetivos.
- **Nuestra audiencia:** Identificación de los públicos objetivos.
- **Objetivos y mensaje:** Definición y adaptación de los mensajes clave.
- **Canales y medios:** Estrategia de canales de comunicación.
- **Plan de actividades de difusión:** Detalle de las acciones y tácticas.
- **KPIs, evaluación y seguimiento:** Metodología para medir el impacto.

## 2. Nuestra audiencia.

La efectividad de cualquier plan de comunicación radica en la identificación precisa de su audiencia. Para la OTC Cádiz, es fundamental segmentar y entender a los diferentes públicos a los que se dirigirá la comunicación, garantizando así que los mensajes sean relevantes y lleguen a quienes deben llegar.

### 2.1. Segmentación de públicos.

Los públicos de la OTC Cádiz se dividen en los siguientes grupos principales:

#### 1. Ciudadanía y hogares:

- Descripción: Personas físicas residentes en la provincia de Cádiz. Este grupo incluye tanto a propietarios como a inquilinos de viviendas.
- Objetivos de comunicación: Sensibilizar sobre los beneficios de las energías renovables, promover la participación en las Comunidades Energéticas, y explicar los ahorros económicos y ventajas medioambientales asociados.

#### 2. Empresas y comercios locales:

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- Descripción: Pequeñas y medianas empresas (PYMEs), comercios, y otros negocios que operan en la provincia.
- Objetivos de comunicación: Incentivar la participación en las Comunidades Energéticas y demostrar cómo la adopción de energías renovables puede reducir costos operativos y mejorar la responsabilidad social corporativa.

**3. Administraciones locales:**

- Descripción: Ayuntamientos, entidades municipales, y otros organismos públicos locales.
- Objetivos de comunicación: Fomentar la colaboración en iniciativas energéticas y la implementación de políticas públicas que favorezcan la creación y gestión de Comunidades Energéticas.

**4. Asociaciones y colectivos sociales:**

- Descripción: Organizaciones no gubernamentales, asociaciones de vecinos, grupos ecologistas, y otros colectivos comunitarios.
- Objetivos de Comunicación: Potenciar el papel de estas entidades como dinamizadoras de la participación ciudadana en las Comunidades Energéticas y como defensores de una transición energética justa.

**5. Medios de comunicación:**

- Descripción: Prensa local, regional y nacional, tanto tradicional como digital.
- Objetivos de comunicación: Generar cobertura mediática positiva y mantener informada a la opinión pública sobre los avances y logros del proyecto.

**6. Instituciones educativas:**

- Descripción: Centros educativos, desde primaria hasta universidades, ubicados en la provincia de Cádiz.

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- Objetivos de comunicación: Educar a las nuevas generaciones sobre la importancia de la sostenibilidad y las energías renovables, y promover proyectos colaborativos que integren a estudiantes y docentes en las iniciativas de la OTC.

**7. Pequeñas distribuidoras y comercializadoras eléctricas:**

- Descripción: Pequeñas distribuidoras eléctricas y comercializadoras de la provincia.
- Objetivos de comunicación: Fomentar la colaboración entre estos agentes clave para el lanzamiento de Comunidades Energéticas.

**8. Grupos de Desarrollo Rural (GDR):**

- Descripción: Los Grupos de Desarrollo Rural (GDR) son asociaciones privadas de ámbito supramunicipal conformadas por agentes públicos y privados con el objetivo de poner en marcha políticas de desarrollo rural.
- Objetivos de comunicación: Potenciar el desarrollo de comunidades energéticas en el entorno rural.

## 2.2. Análisis de intereses y necesidades.

Cada uno de estos grupos tiene intereses y necesidades específicas en relación con las energías renovables y las Comunidades Energéticas:

- **Ciudadanía y hogares:** Están interesados principalmente en la reducción de costos energéticos y la mejora de la calidad de vida. Necesitan información clara y accesible sobre cómo participar y los beneficios de hacerlo.
- **Empresas y comercios Locales:** Buscan principalmente optimizar sus gastos operativos y mejorar su imagen corporativa. Necesitan datos concretos sobre el retorno de la inversión y el impacto económico de las energías renovables.

### *Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- **Administraciones locales:** Su interés se centra en desarrollar políticas públicas efectivas que beneficien a la comunidad. Requieren propuestas de colaboración y apoyo técnico para implementar proyectos energéticos a nivel local.
- **Asociaciones y colectivos sociales:** Están comprometidos con la justicia social y medioambiental. Necesitan ser involucrados en la planificación y ejecución de proyectos comunitarios para asegurar que las voces de los más vulnerables sean escuchadas.
- **Medios de comunicación:** Buscan historias de impacto social y económico. Necesitan acceso a información veraz y actualizada, así como testimonios y datos que permitan elaborar reportajes atractivos.
- **Instituciones educativas:** Están interesadas en integrar la sostenibilidad en sus currículos y en participar en proyectos que ofrezcan experiencias de aprendizaje prácticas. Necesitan recursos educativos y propuestas de colaboración.
- **Pequeñas distribuidoras y comercializadoras eléctricas:** Están interesadas en establecer contacto con actividades en los territorios donde se desarrollan ya que no tienen el respaldo de grandes empresas.
- **Grupos de Desarrollo Rural (GDR):** Quieren desarrollar la economía en los entornos rurales de los que participan.

## 2.3. Estrategias de relación.

Para cada uno de estos grupos, se desarrollarán estrategias de relación específicas, que permitan mantener una comunicación fluida y efectiva a lo largo del tiempo. Estas estrategias incluyen:

1. **Comunicación directa:** Utilizando medios como correos electrónicos, boletines informativos, y reuniones presenciales o virtuales, se mantendrá una comunicación constante con cada grupo, adaptada a sus necesidades y preferencias.

### *Estrategia de comunicación de actores relevantes*

2. **Eventos y talleres:** Se organizarán eventos, jornadas informativas y talleres dirigidos a los diferentes públicos, para promover la participación activa y resolver dudas en tiempo real.
3. **Materiales educativos y promocionales:** Se desarrollarán guías, folletos, videos y otros materiales adaptados a cada grupo, con el fin de informar y educar sobre las Comunidades Energéticas.
4. **Redes sociales y medios digitales:** Se utilizarán plataformas digitales para difundir información de manera ágil y para interactuar directamente con los diferentes públicos, creando una comunidad en línea activa y comprometida.
5. **Colaboraciones institucionales:** Se establecerán alianzas con administraciones locales, instituciones educativas y asociaciones para fortalecer la implementación del plan y asegurar una mayor cobertura e impacto.

## 3. Objetivos y mensajes.

En este capítulo, se detallan los mensajes clave que la OTC Cádiz comunicará a los diferentes públicos identificados en el capítulo anterior. Es crucial que estos mensajes sean claros, coherentes y adaptados a las necesidades y expectativas de cada grupo objetivo.

### 3.1. Objetivos.

**Objetivo general:** Impulsar la transición energética en la provincia de Cádiz a través de la promoción y el desarrollo de comunidades energéticas.

**Objetivos específicos:**

- **Sensibilizar y educar:**
  - Difundir de manera clara y accesible el concepto de comunidades energéticas, sus beneficios y su funcionamiento mediante la creación de materiales

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

didácticos (infografías, videos, guías prácticas) y la organización de talleres y seminarios.

- Capacitar a actores clave (ciudadanía, asociaciones, empresas) para que puedan participar activamente en la creación y gestión de comunidades energéticas.
- **Promover la participación ciudadana:**
  - Fomentar el interés y la participación de la ciudadanía en iniciativas de energía comunitaria a través de actividades lúdicas y educativas (cine-forums, fiestas energéticas) y campañas de comunicación que destaquen los beneficios sociales y económicos de estas iniciativas.
  - Facilitar la creación de redes y grupos de interés local que impulsen el desarrollo de comunidades energéticas en diferentes territorios.
- **Establecer alianzas estratégicas:**
  - Fortalecer la colaboración con instituciones públicas (ayuntamientos, juntas vecinales) y entidades privadas (empresas, cooperativas) para crear un ecosistema favorable al desarrollo de las comunidades energéticas.
  - Promover la integración de las comunidades energéticas en las políticas locales y regionales.
- **Posicionar a la OTC como referente:**
  - Aumentar la visibilidad de la OTC como entidad promotora de la transición energética y de las comunidades energéticas en la provincia de Cádiz.
  - Consolidar la imagen de la OTC como un referente en la gestión del conocimiento y la transferencia de tecnología en el ámbito de las energías renovables y la eficiencia energética.

**Acciones concretas:**

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

1. Desarrollo de una estrategia de comunicación integral que incluya la creación de contenidos de calidad, la gestión de redes sociales y la organización de eventos.
2. Implementación de una plataforma online para facilitar el acceso a información y recursos sobre comunidades energéticas.
3. Creación de una red de colaboradores que incluya expertos, técnicos, entidades públicas y privadas.
4. Seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos para ajustar las acciones y optimizar los recursos.

### 3.2. Mensajes clave para ciudadanía y hogares.

- **Participa en las comunidades energéticas y ahorra en tu factura:** Las comunidades energéticas te permiten ahorrar en tu factura de electricidad mediante el uso de energías renovables. Participar es sencillo y beneficioso para ti y para el medio ambiente.
- **Contribuye a un futuro más sostenible:** Al unirse a una comunidad energética, ayudas a reducir la huella de carbono y a combatir el cambio climático, contribuyendo a un entorno más limpio y saludable para todos.
- **Protege tu economía ante la volatilidad del mercado energético:** Las energías renovables son una opción segura y estable que te protege de las fluctuaciones de los precios de la energía en el mercado.

### 3.3. Mensajes clave para empresas y comercios locales.

- **Reduce tus costos operativos con energías renovables:** Integrar energías renovables en tu negocio te ayudará a reducir costos operativos, mejorando tu competitividad en el mercado.
- **Mejora tu imagen corporativa y responsabilidad social:** Participar en una comunidad energética muestra el compromiso de tu empresa con la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo que puede atraer a más clientes y socios.
- **Aprovecha incentivos y apoyo técnico:** Existen múltiples incentivos y apoyos técnicos para que las empresas se sumen a las comunidades energéticas, lo que facilita la transición a un modelo más sostenible.

### 3.4. Mensajes clave para administraciones locales.

- **Fomenta la transición energética en tu municipio:** Las administraciones locales tienen un papel crucial en la promoción de las energías renovables. Apoyar a las comunidades energéticas contribuye al desarrollo sostenible de la región.
- **Colabora con la OTC Cádiz para impulsar proyectos locales:** Trabajar de la mano con la otc Cádiz te permitirá acceder a recursos y conocimientos para implementar proyectos energéticos que beneficien a tu comunidad.
- **Promueve políticas públicas sostenibles y justas:** Al apoyar las comunidades energéticas, puedes

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

desarrollar políticas que no solo favorecen la transición energética, sino que también promueven la justicia social y la inclusión.

### 3.5. Mensajes clave para asociaciones y colectivos sociales.

- **Lidera el cambio hacia una energía más justa:** Las asociaciones y colectivos sociales son fundamentales para asegurar que la transición energética sea inclusiva y justa. Tu participación puede marcar la diferencia.
- **Empodera a la comunidad local con energías renovables:** Las comunidades energéticas ofrecen una oportunidad para que las personas tomen el control de su energía y trabajen juntas por un bien común.
- **Colabora en la creación de soluciones sostenibles:** Participa en el diseño e implementación de proyectos energéticos que respondan a las necesidades de tu comunidad y contribuyan al bienestar colectivo.

### 3.6. Mensajes clave para instituciones educativas.

- **Involucra a las nuevas generaciones en la sostenibilidad:** La participación en proyectos de energías renovables ofrece a estudiantes y docentes una oportunidad única de aprender y contribuir a un futuro sostenible.
- **Desarrolla proyectos educativos prácticos:** Las comunidades energéticas son un campo ideal para el desarrollo de proyectos colaborativos que integren

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

conocimientos teóricos y prácticos en el ámbito de la sostenibilidad.

- **Fortalece la relación entre educación y comunidad:** Al involucrar a estudiantes en iniciativas locales de energía renovable, fortalecer la conexión entre la educación y la comunidad, promoviendo un aprendizaje significativo y orientado al bien común.

### 3.7. Mensajes clave para pequeñas distribuidoras y comercializadoras eléctricas.

- **Contribuye con la transición energética de tu municipio:** Las comunidades energéticas para cumplir con los objetivos de descarbonización.
- **Las comunidades energéticas, una oportunidad:** una nueva vía para la captación y fidelización de clientes en el mercado energético.
- **Ofrece soluciones energéticas innovadoras y sostenibles:** las comunidades energéticas como elemento diferenciador en el mercado.

### 3.8. Mensajes clave para grupos de desarrollo rural (GDR).

- **Impulsa la transición energética en el territorio:** las comunidades energéticas como herramienta para la sostenibilidad.
- **Dinamiza la economía rural:** las comunidades energéticas como proyecto tractor para el desarrollo de las zonas rurales.

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- **Fortaleciendo a la comunidad local:** Las comunidades energéticas como proyecto transformador y generador de valor social.

## 4. Canales y medios.

En este capítulo se describen los canales de comunicación que la OTC de Cádiz utilizará para difundir los mensajes clave a cada uno de sus públicos objetivos. La selección de estos canales se basa en la efectividad para alcanzar a los diferentes grupos y en la capacidad de cada canal para transmitir los mensajes de manera clara y coherente.

### 4.1. Canales de comunicación para ciudadanía y hogares.

#### 1. Redes sociales:

- **Plataformas:** Facebook, Instagram, Twitter.
- **Uso:** Publicaciones regulares que incluyen contenido educativo sobre energías renovables, testimonios de participantes en comunidades energéticas, y anuncios de eventos y talleres. Las redes sociales son ideales para generar interacción y responder preguntas en tiempo real.

#### 2. Reuniones y talleres presenciales:

- **Ubicación:** Centros comunitarios, ayuntamientos, y espacios públicos.
- **Uso:** Organización de charlas informativas y talleres prácticos para educar a los ciudadanos sobre las comunidades energéticas y cómo pueden involucrarse. Estos eventos también servirán para resolver dudas y recolectar feedback.

#### 3. Campañas en medios locales:

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- **Medios:** Radio y televisión locales, prensa escrita.
- **Uso:** Difusión de anuncios y reportajes sobre las comunidades energéticas y sus beneficios a través de medios de comunicación tradicionales, alcanzando así a un público más amplio, incluyendo aquellos que no usan activamente las redes sociales.

## 4.2. Canales de comunicación para empresas y comercios locales

### 1. Email marketing:

- **Uso:** Envío de correos electrónicos dirigidos a empresas y comercios con información específica sobre cómo las energías renovables pueden reducir sus costos operativos y mejorar su responsabilidad social corporativa.

### 2. Redes sociales profesionales:

- **Plataformas:** LinkedIn.
- **Uso:** Publicaciones enfocadas en los beneficios empresariales de las comunidades energéticas, incluyendo estudios de caso y análisis de retorno de inversión. LinkedIn se utilizará para conectar con profesionales y líderes empresariales.

### 3. Talleres de difusión:

- **Formato:** Presencial.
- **Uso:** Realización de talleres de difusión donde se presentarán los aspectos técnicos y económicos de las comunidades energéticas, ofreciendo a las empresas la oportunidad de hacer preguntas y discutir en detalle sus preocupaciones.

### 4. Visitas personalizadas:

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

- **Uso:** Contacto directo con empresas y comercios para ofrecerles asesoramiento personalizado sobre cómo participar en las comunidades energéticas y aprovechar los incentivos disponibles.

### 4.3. Canales de comunicación para administraciones locales y GDR.

#### 1. Reuniones institucionales:

- **Formato:** Presencial o virtual.
- **Uso:** Encuentros regulares con representantes de ayuntamientos y otros organismos públicos para discutir estrategias de colaboración, compartir avances del proyecto, y coordinar esfuerzos para la implementación de políticas energéticas.

#### 2. Informes y documentos técnicos:

- **Formato:** Digital y físico.
- **Uso:** Elaboración de informes detallados sobre el impacto y beneficios de las comunidades energéticas, así como guías prácticas para la implementación de proyectos energéticos a nivel municipal.

#### 3. Talleres de difusión con administraciones:

- **Formato:** Presencial.
- **Uso:** Talleres de difusión dirigidos a funcionarios y técnicos municipales, centrados en las oportunidades y desafíos de las comunidades energéticas, y cómo estos pueden ser abordados desde la administración pública.

#### 4. Portal web:

- **Uso:** Sección específica en la página web de la OTC Cádiz dedicada a recursos para administraciones locales,

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

incluyendo noticias, informes, guías, y calendarios de eventos relevantes.

## 4.4. Canales de comunicación para asociaciones y colectivos sociales.

### 1. Foros y mesas redondas:

- **Formato:** Presencial.
- **Uso:** Organización de foros y mesas redondas donde se discutan las implicaciones sociales y ambientales de las comunidades energéticas, permitiendo a las asociaciones expresar sus preocupaciones y contribuir con ideas.

### 2. Campañas colaborativas:

- **Formato:** Digital y presencial.
- **Uso:** Desarrollo de campañas de sensibilización en conjunto con asociaciones y colectivos, utilizando tanto medios digitales como eventos comunitarios para amplificar el alcance del mensaje.

### 3. Boletines electrónicos:

- **Formato:** Email.
- **Uso:** Distribución de boletines informativos adaptados a las necesidades de los colectivos sociales, con énfasis en la justicia social y la inclusión en la transición energética.

### 4. Redes sociales:

- **Plataformas:** Facebook, Instagram, Twitter.
- **Uso:** Utilización de redes sociales para conectar con colectivos sociales, compartiendo contenido que resuene con sus valores y fomentando el diálogo sobre la equidad en la transición energética.

## 4.5. Canales de comunicación para medios de comunicación.

### 1. Notas de prensa:

- **Formato:** Digital.
- **Uso:** Envío regular de notas de prensa a medios locales, regionales y nacionales, destacando hitos importantes del proyecto y proporcionando estadísticas y testimonios relevantes.

### 2. Ruedas de prensa:

- **Formato:** Presencial o virtual.
- **Uso:** Organización de ruedas de prensa para anunciar avances clave del proyecto y responder a preguntas de los medios, asegurando una cobertura mediática efectiva y positiva.

### 3. Entrevistas y reportajes:

- **Formato:** Presencial o virtual.
- **Uso:** Coordinación de entrevistas con los responsables del proyecto y con participantes de las comunidades energéticas, para proporcionar a los medios historias personales y detalles técnicos que enriquezcan sus reportajes.

### 4. Redes sociales y blogs:

- **Plataformas:** Twitter, LinkedIn, y blogs especializados.
- **Uso:** Publicación de contenido, incluyendo actualizaciones del proyecto, artículos de opinión y análisis, orientados a profesionales de la comunicación y periodistas.

## 4.6. Canales de comunicación para instituciones educativas.

### 1. Reuniones y Colaboración:

- **Formato:** Presencial y virtual.
- **Uso:**
  - **Reuniones con equipos directivos:** Presentar proyectos de comunidades energéticas, explorar la integración en el currículo, y discutir posibles colaboraciones.
  - **Encuentros con departamentos académicos:** Profundizar en aspectos técnicos, científicos y sociales de las comunidades energéticas, y buscar sinergias con la investigación y la docencia.
  - **Colaboración con asociaciones de estudiantes y familias:** Involucrar a la comunidad educativa en la promoción y participación en proyectos de comunidades energéticas.
  - **Eventos de networking educativo:** Participar en ferias, congresos y jornadas educativas para establecer contactos y difundir información.

### 2. Información y Recursos:

- **Formato:** Digital y físico.
- **Uso:**
  - **Material didáctico:** Elaborar recursos educativos adaptados a diferentes niveles (infantil, primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional, universidad) sobre

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

energías renovables, comunidades energéticas y sostenibilidad.

- **Guías y manuales:** Crear guías prácticas para la implementación de proyectos de comunidades energéticas en centros educativos, incluyendo aspectos técnicos, legales y financieros.
- **Informes y estudios:** Compartir informes y estudios sobre el impacto de las comunidades energéticas en el ámbito educativo, incluyendo beneficios ambientales, sociales y económicos.
- **Plataforma de recursos educativos:** Desarrollar una plataforma online con acceso a materiales didácticos, guías, informes, vídeos y otros recursos sobre comunidades energéticas.

### 3. Formación y Sensibilización:

- **Formato:** Presencial y virtual.
- **Uso:**
  - **Talleres y charlas:** Organizar talleres y charlas para estudiantes, profesores y personal de los centros educativos sobre energías renovables, comunidades energéticas y sostenibilidad.
  - **Cursos y seminarios:** Ofrecer cursos y seminarios de formación para profesores sobre cómo integrar las comunidades energéticas en el currículo y desarrollar proyectos educativos relacionados.
  - **Jornadas de sensibilización:** Organizar jornadas de sensibilización sobre la importancia de la energía sostenible

*Estrategia de comunicación de actores relevantes*

y el papel de las comunidades energéticas en la lucha contra el cambio climático.

- **Programas de voluntariado y participación:** Desarrollar programas de voluntariado y participación para estudiantes en proyectos de comunidades energéticas.

#### 4. Canales de Comunicación Digital:

- **Uso:**
  - **Página web:** Crear una sección específica en la página web dedicada a recursos para instituciones educativas, incluyendo noticias, materiales didácticos, guías, eventos y proyectos.
  - **Redes sociales:** Utilizar las redes sociales para difundir información, compartir recursos, promover eventos y conectar con la comunidad educativa.
  - **Boletín electrónico:** Enviar un boletín electrónico periódico con noticias, novedades y recursos sobre comunidades energéticas para instituciones educativas.
  - **Plataformas de aprendizaje online:** Utilizar plataformas de aprendizaje online para ofrecer cursos, seminarios y otros recursos educativos sobre comunidades energéticas.