

TRABAJO DE FIN DE GRADO

ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO BENÉFICO PARA LA ASOCIACIÓN DE "SÀHARA HORTA"

Por: Paula Rodríguez Niebla y Laura Pons Mir
Modalidad: Profesionalizador

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Tutor: Julio Panizo
Vic, mayo de 2023

ÍNDICE

1. Breve introducción del TFG

1.1 ¿Qué tipo de tfg hemos elegido?	05
1.2 ¿Por qué hemos elegido esta asociación?	05
1.3 ¿Cómo surgió la idea?	05

2. Conflicto del Sáhara

2.1 Antecedentes históricos y nacimiento del conflicto:	06
2.1.1 El conflicto del Sáhara Occidental	07
2.2 Vinculación del conflicto con España:	08
2.2.1 ¿Cuándo llegó España al Sahara?	08
2.2.2 ¿Por qué el Sáhara?	08
2.2.3 ¿Por qué perdió España el Sahara y que tuvo que ver en ello la ONU?	09
2.2.4 ¿Por qué la ONU sigue considerando al Sáhara Occidental una colonia española?	09
2.2.5 Ayudas que aporta el Estado español al Sahara	09
2.2.6 ¿Quién controla el Sáhara Occidental actualmente según la ONU?	10
2.2.7 Situación de los derechos humanos en el Sáhara Occidental	10
2.3 Asociaciones en España:	11
2.3.1 ¿Cómo se define el acogimiento familiar en España?	11
2.3.2 ¿Cuál es la legislación en España del acogimiento familiar?	11
2.3.3 ¿Cuáles son los tipos de acogimiento que recoge la legislación actual en España?	11
2.3.4 ¿Quién se encarga de desarrollar el acogimiento familiar en España?	12

3. Análisis de la asociación

3.1 Definición de la asociación	13
3.2 Origen y evolución	13
3.3 Localización	13
3.4 Objetivos	14
3.5 Misión, Visión, Valores e imagen de marca	14
3.6 Estructura interna de la entidad	15
3.7 ¿Qué hace la asociación?	16
3.7.1 Análisis y conclusiones de las actividades que llevan a cabo	18
3.8 ¿Cómo es el proceso de acogida?	19
3.8.1 Requisitos del acogimiento familiar temporal de menores saharauis en verano	19

ÍNDICE

3.9 ¿Cómo se comunica?	20
3.9.1 Sitio web	20
3.9.2 Campañas publicitarias	22
3.9.3 Eventos, acciones y actividades que llevan a cabo	23
3.9.4 Conclusiones de la comunicación de Sahara Horta	24
3.10 ¿Cuál es el público objetivo al que se dirige?	25
3.10.1 Mapa de públicos	25
3.10.2 Público objetivo	25
4. <u>Análisis del sector</u>	
4.1 Competencia:	27
4.1.1 Competidores directos	27
4.1.2 Competidores indirectos	40
4.2 Análisis de la comunicación de la competencia:	53
4.2.1 Comunicación de la competencia directa	53
4.2.2 Comunicación de la competencia indirecta	53
4.3 Análisis DAFO	54
4.4 Mapas de posicionamiento	55
5. <u>Conclusiones</u>	56
6. <u>Objetivos del evento</u>	
6.1 Objetivos generales	57
6.2 Objetivos específicos	57
7. <u>Público al cual va dirigido el evento</u>	
7.1 Público principal	58
7.2 Público secundario	58
7.3 Listado de invitados	58
8. <u>Mensaje</u>	
8.1 ¿Qué queremos comunicar?	59
8.2 ¿Cómo vamos a comunicar y a transmitir este mensaje?	59
9. <u>Localización y fecha</u>	
9.1 Localización / ubicación del acto	60
9.2 Fecha del evento	61

ÍNDICE

10. <u>Estrategia creativa</u>	62
11. <u>Desarrollo del evento</u>	
11.1 Descripción del evento	63
12. <u>Producción</u>	
12.1 Presupuesto	77
13. <u>Cronograma del acto</u>	79
14. <u>Diagrama de Gantt</u>	80
15. <u>Plan de comunicación</u>	
15.1 Canales y medios de comunicación	81
15.2 Calendario	108
16. <u>Conclusiones finales</u>	110
17. <u>Bibliografía</u>	111
18. <u>Anexos</u>	113

1. Introducción del TFG

1.1 ¿Qué tipo de tfg hemos elegido?

El ámbito temático con el que se relaciona nuestro trabajo de fin de grado es el ámbito profesionalizador. A diferencia de otros ámbitos, el profesionalizador, se trata de un trabajo de creación y exploración artística, personal y original, cuya temática está relacionada con el grado y en el cual se demuestra claramente un alto nivel de cualificación en el empleo de las ideas y argumentos, tanto visuales como escritos.

Para poder llegar a desarrollar este trabajo con éxito, hemos decidido crear y organizar un evento benéfico para la asociación Sahara Horta. Para ello, y antes de organizar dicho acto, queremos llevar a cabo un plan de comunicación para dar visibilidad y atraer a un mayor número de público. Seguidamente, vamos a organizar el evento benéfico con la finalidad de presentar la asociación “Sahara Horta” para dar visibilidad a los diferentes servicios que ofrece la empresa, concienciar a la sociedad de la importancia que tiene la adopción de niños del Sahara, incrementar el número de familias de acogida y recaudar donativos.

Para poder cumplir con los objetivos previstos, vamos a buscar información en fuentes fiables como documentos escritos por profesionales del sector y documentos extraídos de libros, revistas, blogs u otras plataformas, como es el caso de Google. Uno de los motivos principales que nos incitaron a organizar un acto benéfico, es que consideramos que es un tipo de trabajo no común y que nos puede aportar muchos aspectos y valores positivos tanto a nivel personal como profesional. Por otro lado, también creemos que en este trabajo se podrían ver reflejados muchos de los temas y conocimientos que hemos ido adquiriendo durante estos últimos tres años de carrera.

1.2 ¿Porqué hemos elegido esta asociación?

Al tener claro que queríamos organizar un acto benéfico para nuestro trabajo de final de grado, pensamos en qué tipo de evento podríamos llegar a crear y decidimos hacer una lluvia de ideas sobre diferentes temáticas. Al final llegamos a la conclusión de que queríamos plantear un trabajo diferenciador y fuera de lo “común” y descartamos los actos de lanzamiento de producto, inauguraciones y aniversarios de compañías y es por eso que decidimos enfocarlo en algún tipo de servicio o ayuda hacia la sociedad.

Finalmente, hablando con una persona conocida, decidimos crear un acto para la asociación Sahara Horta, con tal de poder ayudarles en su asociación y al mismo momento poder brindar más oportunidades a los niños y familias que actualmente sufren las consecuencias de la guerra.

1.3 ¿Cómo surgió la idea?

Al empezar a idear nuestro trabajo final, planteamos organizar dos eventos para la asociación Sahara Horta. El primer acto estaría enfocado al proceso previo a la acogida de los niños en verano, por tal de recaudar fondos y llamar la atención de más familias, y el segundo se realizaría durante la estancia de los niños en Barcelona.

Finalmente, hablando con nuestro tutor decidimos que para poder obtener una mejor estrategia y conseguir mejores resultados, nos beneficiaría más plantear en primer lugar un plan de comunicación dónde brindaremos toda la información necesaria para atraer a más público y de esta manera, hacer que los interesados acudan al evento que se tiene previsto durante el proceso de acogida. Esto supondrá, que estas personas tengan un punto de vista más transparente acerca de la asociación y les permita conocer a sus integrantes y su método de trabajo.

Hemos decidido organizar el acto durante la estancia de los niños con sus familias en Barcelona, con tal de que puedan vivir la experiencia juntos y permitirles crear vínculos y relaciones entre ellos para que en un futuro puedan seguir manteniendo el contacto y que esta experiencia les lleve mucho más allá. Aparte, este acto también estará abierto para todo tipo de personas que quieran colaborar con la asociación a partir de diferentes actividades o donativos.

2. Conflicto del Sahara

2.1 Antecedentes históricos y nacimiento del conflicto

Según una nueva información (S/f). Gob.es.), desde 1884 el Sahara Occidental se convirtió progresivamente en un territorio dominado colonialmente por el Estado español. El dominio colonial se estableció sobre la base de normas de derecho interno español. A partir de ahí, fueron estableciéndose diferentes guarniciones españolas, de forma que hacia 1898 el control español sobre el territorio del Sahara era sólido. Posteriormente, por medio de acuerdos con Francia, se fijaron las fronteras coloniales, pero la ocupación plena de todo el territorio solo se culminó hacia 1934.

"En 1963 el Sahara Occidental fue incluido en la lista de Territorios no Autónomos de conformidad. Como Potencia Administradora, a partir de 1962 el Gobierno español, fue remitiendo información estadística y técnica sobre el territorio a Naciones Unidas" ((S/f). Gob.es.). Así pues, el fundamento jurídico de su actuación se encontraba junto con la Resolución, el principio de Derecho Internacional General que establece el derecho de los pueblos sometidos a dominio colonial a ejercer su libre determinación y los procedimientos de su ejercicio hasta alcanzar, incluso, su independencia.

"De ese modo, a partir de 1965, por medio de diferentes resoluciones, la Asamblea General de Naciones Unidas fue examinando la situación en el Sahara Español y adoptando recomendaciones destinadas todas ellas a impulsar el proceso de descolonización". ((S/f). Gob.es.). La Resolución ponía énfasis en la realización de un referéndum en el cual debería participar únicamente la población autóctona del territorio. Además, se le pedía a España que prestara todas las facilidades necesarias a la Misión de las Naciones Unidas para que pudiera participar activamente en la organización y celebración del referéndum.

"Años después, la Asamblea General reafirmó que la presencia de Marruecos en el Sahara Occidental era una "cuestión de descolonización que espera ser solucionada sobre la base del ejercicio por el pueblo del Sahara Occidental de su derecho inalienable a la autodeterminación y la independencia". En el año de 1973 el Pueblo Saharaui comenzó a actuar en el plano internacional, mostrando una voluntad propia de ejercitar su derecho de libre determinación". ((S/f). Gob.es.). Para entonces, el Estado Español ya había reconocido plenamente tal derecho.

"A finales de 1974, la Asamblea General de Naciones Unidas adoptó la Resolución del 13 de diciembre. En ella se dejaba constancia de que durante el debate celebrado en especial en el seno de su cuarta Comisión, había surgido una seria dificultad jurídica acerca de cuál fuera el Estatuto jurídico internacional del territorio en el momento de su colonización por España. En consecuencia, la Asamblea General decidió solicitar al Tribunal Internacional de Justicia una opinión consultiva que se pronunciara a la mayor brevedad sobre las dos siguientes cuestiones: ¿Era el Sahara Occidental en el momento de su colonización por España un territorio sin dueño? Si la respuesta a la primera pregunta fuera negativa, se planteaba la siguiente pregunta: ¿Qué vínculos jurídicos existían entre dicho territorio y el Reino de Marruecos y el complejo Mauritano?. Finalmente, el Tribunal formuló las dos siguientes respuestas. En primer lugar, indicó por unanimidad, que el Sahara Occidental en el momento de su colonización por España no era un territorio sin dueño. A juicio del Tribunal, el elemento decisivo para responder a la segunda cuestión, eran las pruebas directamente relacionadas con el ejercicio efectivo de autoridad en el territorio del Sahara Occidental". ((S/f). Gob.es.).

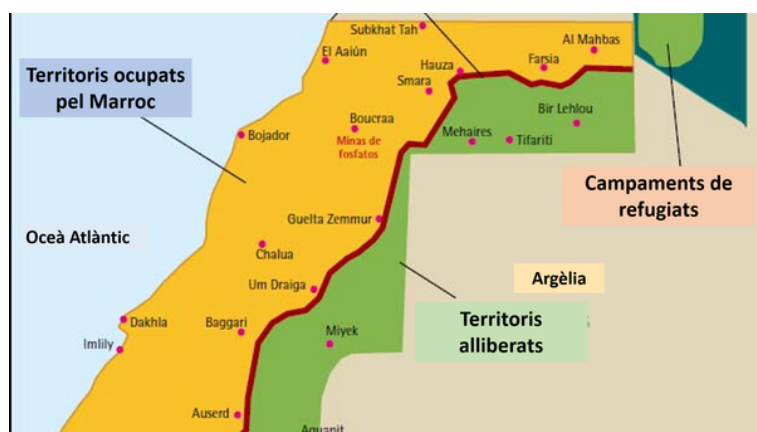
"Después de examinar todas las pruebas presentadas por las partes, el Tribunal concluyó que, en el momento de la colonización por España, no existían entre el territorio del Sahara Occidental y el "Complejo Mauritano" ningún vínculo de soberanía, o de lealtad de tribus, o de simple inclusión en la misma entidad jurídica. Así, ciertos pueblos nómadas del país Shinguitti, poseían derechos entre el Sahara Occidental y el Complejo mauritano. Así pues, el Tribunal hizo la siguiente afirmación: "el Tribunal, así pues, no ha verificado la existencia de vínculos jurídicos cuya naturaleza modifique la aplicación de la Resolución en cuanto a la descolonización del Sahara Occidental y, en particular, la aplicación del principio de autodeterminación a través de la expresión libre y auténtica de la voluntad de las poblaciones del territorio". Aquí fue cuando el Tribunal reafirmó el derecho del Pueblo Saharaui a su libre determinación y, en su caso, a alcanzar la independencia". ((S/f). Gob.es.).

2. Conflicto del Sahara

A mediados de 1975, una misión de la ONU se desplazó al Sahara Occidental para comprobar la opinión de los habitantes del territorio. La crisis del Sahara Occidental pasó a ser objeto de atención por parte del Consejo de Seguridad y a finales de octubre de 1975, la tensión creció hasta el punto de poner en peligro la paz y la seguridad internacionales. Fue en esos momentos cuando el Gobierno Español decidió abandonar el territorio del Sahara y ceder el control del mismo a Marruecos y Mauritania. (403 Forbidden, s. f.)

2.1.1 Conflicto del Sáhara Occidental

Según la fuente (Associació Sàhara Horta, 2019), la guerra del Sahara Occidental fue un conflicto armado entre el Frente Polisario y las fuerzas armadas de Marruecos y Mauritania por la descolonización e independencia de la antigua colonia española del Sahara Occidental. Esta guerra tuvo lugar desde 1975 hasta 1991.



Como podemos apreciar en el mapa adjuntado a continuación, el Sahara Occidental es un territorio que limita con la parte norte de Marruecos, el sur de Mauritania, el este de Argelia y en el lado oeste, limita con el Océano Atlántico. Hasta 1976, el Sahara Occidental fue una colonia española.

Fuente: (http://saharahorta.cat/?page_id=6, s. f.)

Tras la descolonización de África, España abandonó el Sahara sin concluir el proceso de descolonización exigido por Naciones Unidas, y el territorio fue invadido por las tropas mauritanas y marroquíes. Tras muchos años de guerras, muertes y continuo silencio de la comunidad internacional, el Sáhara Occidental quedó bajo la ocupación marroquí.

Una parte de la población saharauí permaneció en su tierra, sujeta a control, tortura y carencia de derechos humanos. La otra parte huyó al exilio durante la guerra, dejando atrás todo lo que tenían, y por primera vez en la historia, un convoy que se dirigía a Argelia fue bombardeado con napalm, matando a casi un tercio de los exiliados.

A raíz de este conflicto, en Argelia se montaron los cuatro campamentos de refugiados saharauís: Auserd, El Aaiún, Smara y Dakhla, cerca de la ciudad militar argelina de Tindouf, a la espera de que se resolviera el conflicto y para que los exiliados pudieran volver a casa. (Associació Sàhara Horta, 2019).

2. Conflicto del Sahara

2.2 Vinculación del conflicto con España

2.2.1 ¿Cuándo llegó España al Sahara?

El territorio del Sáhara Occidental estuvo colonizado por España desde 1884 hasta 1976. Desde 1958 hasta que España abandonó el territorio, hubo una provincia llamada Sahara español, que se posicionó como la provincia número 53.

El Sahara se convirtió en colonia española tras la Conferencia de Berlín, un encuentro en el que el continente africano fue repartido entre las diferentes potencias europeas. Estuvo colonizado por España entre 1884 y 1976. (Associació Sàhara Horta, 2019)

2.2.2 ¿Por qué el Sáhara?

El principal motivo por el cual España llega a las costas saharauis es a causa de la reivindicación de Canarias de reforzar la seguridad de la región. "Las Islas Canarias reclaman al gobierno español que aumente la seguridad en la zona, especialmente en las aguas pesqueras que hay entre las islas y el Sáhara. Antes de la Conferencia de Berlín, muchos países fijaron su interés en la zona debido a la gran riqueza pesquera, que hasta ahora era la única razón por la que un país se interesaría por la región. Por eso, el gobierno de Cánovas del Castillo envió una expedición a la costa del Sahara con una reserva de 7.500 pesetas. La expedición estuvo encabezada por Emilio Bonelli, quien a finales de 1884 instaló una fábrica de pesca en la península de Djala, conocida como lo que luego sería Villa Cisneros". (de Grado, T. F. (s/f). El Conflicto del Sahara. Unizar.es.).

"Acto seguido, construyó otros dos pequeños enclaves en Bahía Blanco y Bahía de Cintra, a pocos kilómetros de Djala. Durante el mandato de Djala, Bonelli fue atacado constantemente por grupos indígenas de no más de 80 individuos. A principios de ese mismo año pasó a construir otras dos fábricas más: Cabo Blanco y Río Oro, ambas muy cercanas a la anteriormente mencionada". (de Grado, T. F. (s/f). El Conflicto del Sahara. Unizar.es.).

Tras esto, España y Guinea ya contaban con un territorio que se podía reclamar en la conferencia de Berlín que se iba a celebrar entre el 15 de noviembre de 1884 y el 26 de febrero de 1885. Una vez adquirido el territorio tras la Conferencia de Berlín, España tuvo que aclarar las fronteras con Francia, que ocupaba Marruecos y Mauritania. El establecimiento de la frontera iba a traer bastantes problemas, debido a intereses contrapuestos de las partes. Antes de explicar esto, vamos a explicar cómo fueron los primeros años de España en el territorio hasta principios del siglo XX.

"En primer lugar, Emilio Bonelli fue nombrado Comisario Real y Suprema Autoridad Civil y Militar de la región. En la década de 1890 España se dio cuenta de que los enclaves establecidos estaban fracasando por dos razones: en primer lugar, eran atacados e incendiados por la población indígena de la zona, y en segundo lugar, fueron establecidos fuertes con un fin estratégico desde el punto de vista del Atlántico y no territorial, por lo que el mal establecimiento de estos con las principales zonas del interior, hizo que los enclaves estuvieran aislados de las rutas comerciales terrestres de la zona y no permitiera adentrarse o establecerse en el interior del territorio, porque la accesibilidad al interior era bastante difícil". (de Grado, T. F. (s/f). El Conflicto del Sahara. Unizar.es.). Si a esto se suma la indiferencia del gobierno, queda claro que el interés por el territorio no se extiende más allá del caladero sahariano, ya que durante estos años no se enviaron tropas al territorio ni se han realizado inversiones económicas.

"Desde el primer momento el territorio saharauí estuvo bajo la supervisión del Ministerio de Ultramar hasta que desapareció en 1899 y desde esa fecha el Ministerio de Estado se hizo cargo de la organización administrativa del territorio". (de Grado, T. F. (s/f). El Conflicto del Sahara. Unizar.es.).

2. Conflicto del Sahara

En 1904 se introdujo un nuevo enclave, en la zona de Río Oro, al que se denominó Gobernador político-militar Francisco Bens, quien fue acusado de llevar a cabo una nueva forma de organización territorial con el Ministerio de Estado. Este nuevo órgano tenía la única función de administrar el territorio, pero Francisco Bens realizó varias iniciativas propias, como el acercamiento a los nativos y el intento de explorar y levantar nuevos puntos en el interior del territorio. Ambas iniciativas fracasaron. La primera, por falta de información sobre el idioma y las costumbres saharianas y la segunda fue por la falta de recursos financieros, que a pesar de que Bens los solicitó en varias ocasiones al gobierno español, este los rechazó.

Aun así, Francisco Bens consiguió establecer cerca de la costa nuevos enclaves como Cabo Juby, bautizada como Villa Bens y La Guerra en Cabo Blanco. En 1925 y tras el reconocimiento español por su labor, abandonó el Sahara para vivir el resto de su vida en España. (de Grado, T. F. (s/f). El Conflicto del Sahara. Unizar.es.).

2.2.3 ¿Por qué perdió España el Sahara y que tuvo que ver en ello la ONU?

"El gobierno de la dictadura, decide declarar al Sahara e Ifni, provincias españolas mediante un decreto acerca de los territorios españoles de África Occidental" (Webmaster. (2019, diciembre 26).

"Cinco décadas después, España sigue considerando al Sahara como provincia Sahara español, hasta que en 1965 la ONU pidió la descolonización del territorio". (RTVE.es. (2022, 18 marzo). En 1975, España firma los conocidos como Acuerdos de Madrid por los que cede a Marruecos y Mauritania la administración de la colonia y deja de cumplir sus obligaciones internacionales con el territorio africano.

Finalmente, en 1976, después de la Marcha Verde de Marruecos sobre el territorio y el Acuerdo Tripartito de Madrid, España interrumpió su proceso de descolonización y abandonó el territorio, sin traspasar su soberanía sobre el mismo ni su condición de potencia administradora. (RTVE.es. (2022, 18 marzo).

2.2.4 ¿Por qué la ONU sigue considerando al Sáhara Occidental una colonia española?

"Naciones Unidas consideró nulos los Acuerdos de Madrid, ya que España no podía transferir de facto la soberanía a Marruecos y Mauritania. Es por ese motivo que Naciones Unidas ha seguido considerando a España como potencia administradora, a pesar de que Marruecos ha ejercido el control sobre el territorio" (RTVE.es. (2022, 18 marzo).

Con todo ello, el 6 de septiembre de 1991 entró en vigor un alto el fuego entre Marruecos y el Frente Polisario que debía concluir con la celebración de un referéndum de autodeterminación.

El plan establecía un período de transición en el que el pueblo del Sáhara Occidental tendría que elegir entre su independencia o la integración en Marruecos. En 1999, la Misión de Naciones Unidas para el Referéndum en el Sahara Occidental presenta una lista con 86.425 personas con derecho a voto, número insuficiente según Marruecos. Marruecos ha rechazado en repetidas ocasiones aceptar una consulta y de este modo, el referéndum nunca llegó a hacerse. (RTVE.es. (2022, 18 marzo).

2.2.5 Ayudas que aporta el Estado español al Sahara

Según el Ministerio de asuntos exteriores, en lo relativo al Sáhara Occidental, "España apoya una solución política, justa, duradera y mutuamente aceptable que prevé la libre determinación del pueblo saharauí en el marco de los principios y propósitos de la Carta de las Naciones Unidas".

"España apoya el papel central de las Naciones Unidas en la búsqueda de una solución y mantiene su compromiso humanitario con el pueblo del Sáhara Occidental, situándose como primer donante bilateral de ayuda a campamentos de refugiados". (Magreb y Oriente Próximo (exteriores.gob.es), s. f.).

2. Conflicto del Sahara

2.2.6 ¿Quién controla el Sáhara Occidental actualmente según la ONU?

La situación actualmente es peculiar ya que, el Sáhara Occidental permanece en la lista de territorios dependientes no autónomos aunque, según la ONU, no tiene una potencia administradora. Marruecos nunca tuvo responsabilidad alguna y actualmente España tampoco, cosa que parece ser favorable a un futuro autonómico del territorio más que a la opción que elijan en una consulta libre los habitantes originarios del territorio.

"En todo caso, para la ONU, en sus últimas resoluciones (como la 2602/2021, del 29 de octubre), las únicas partes relevantes ahora para un acuerdo allí son Marruecos, el Frente Polisario, Argelia y Mauritania. Pero hay muchas voces que consideran que España sigue siendo importante". (España, s. f.).

"La posición internacional absolutamente mayoritaria, y que sigue Rusia y China, y hasta ahora la Unión Europea, es la que se indica cada año en la resolución que amplía el mandato de la MINURSO. En ella se defiende un pacto entre las partes, una "solución política (...) que prevea la autodeterminación del pueblo del Sáhara Occidental en el contexto de arreglos compatibles con los principios y propósitos" de la ONU. Los portavoces de las Naciones Unidas siguen señalando que su posición no ha variado". (España, s. f.).

"Incluso en diciembre de 2021, se aprobaba una resolución por la Asamblea General de la ONU (la 76/152) sobre la "Realización universal del derecho a la Libre Determinación", en cuyo artículo primero se reafirmaba el derecho de todos los pueblos a la libre determinación, incluidos los sometidos a dominación colonial, extranjera y externa, por ser un requisito fundamental para que se garanticen y respeten efectivamente los derechos humanos y se preserven y promuevan esos derechos, y en el artículo segundo su firme oposición a los actos de intervención, agresión y ocupación militar extranjera que, en algunas partes del mundo, han conculcado el derecho de los pueblos a la libre determinación y otros derechos humanos". (España, s. f.).

Esa había sido también la opción de los diferentes gobiernos que existen en España desde 1976, un país que convive con grandes comunidades de ascendencia saharauí, en muchos casos muy cultas y activistas, pero cuyos derechos no son reconocidos como miembros de la antigua colonia.

2.2.7 Situación de los derechos humanos en el Sáhara Occidental

"La situación de los derechos humanos en el Sáhara Occidental es muy mala desde hace muchos años, pero se ha deteriorado más desde la ruptura del alto el fuego a finales de 2020. Las autoridades de Marruecos impiden sistemáticamente las concentraciones por la autodeterminación y obstaculizan el trabajo de las organizaciones locales de derechos humanos, hostigando y maltratando con dureza continuamente a sus miembros y a periodistas, tanto en las calles, como en las comisarías, en las prisiones o en sus propias casas, donde a veces retienen a la gente sin mandato judicial". (España, s. f.).

No es fácil hacer un seguimiento de lo que sucede ya que, "Marruecos no autoriza la entrada allí a periodistas, abogados, activistas o políticos del extranjero. Y el Consejo de Seguridad de la ONU, por su parte, se niega a incorporar la vigilancia de la situación de los derechos humanos en el mandato de la MINURSO, lo que impide documentar los abusos de forma independiente, como sí hacen otras misiones de la ONU". (España, s. f.).

"Y mientras tanto, hemos podido contemplar como Marruecos ha utilizado como peones en un juego político a las personas migrantes, incluidas las menores de edad, dejándolas cruzar la frontera en Ceuta como forma de presión sobre España; y, también mientras tanto, España ha reaccionado a menudo devolviendo a estas personas en caliente a territorio marroquí, incluso a niños y niñas, sin ningún tipo de garantías y en contra de las normas internacionales". (España, s. f.).

2. Conflicto del Sahara

2.3 Asociaciones en España

2.3.1 ¿Cómo se define el acogimiento familiar en España?

Según prevé el Sistema de Protección de la Infancia, el acogimiento familiar es una modalidad de acogimiento alternativo basado en la solidaridad ciudadana, que permite a las familias acoger temporalmente en su hogar a un niño o una niña, independientemente de las circunstancias, separados temporalmente de su familia de origen.

Los niños y niñas que pueden ser acogidos/as son cualquiera que se encuentre dentro del Sistema de Protección, sin distinción de género, país de origen, religión o raza. En España, cualquier niño o niña en situación de desamparo tiene acceso al Sistema para evitar mayores daños y trabajar para restablecer la situación en la que se encuentra, y así garantizar sus derechos. (El Acogimiento familiar en España. Parte I)

2.3.2 ¿Cuál es la legislación en España del acogimiento familiar?

Desde 1948, con la promulgación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, se otorga una protección especial a la maternidad y a la infancia. Posteriormente, después de que la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobara la Declaración de los Derechos del Niño se hace más explícita la protección de éstos independientemente de la raza, el sexo, el idioma, la religión o la nacionalidad.

Dicha declaración fue ratificada por España en 1990, por lo que los Estados firmantes se comprometían a satisfacer las necesidades básicas de los niños (sanidad, educación, formación, desarrollo...), a proteger a los niños de todas las formas de agresión y violencia, a ayudar a las familias a cuidar de sus hijos e hijas, con especial atención a los más vulnerables, entre otros aspectos (como el derecho a ser escuchados y considerados según su edad y capacidades).

Para entender el acogimiento familiar en la actualidad, comenzaremos hablando del Sistema de Protección Español y su situación actual.

El marco jurídico más relevante que regula la tutela y el acogimiento de niños y adolescentes del Sistema de Protección es la Constitución Española y el Código Civil de 1996 (recogidos en su artículo 172.1, en el que corresponde a las administraciones públicas garantizar la tutela en casos de abandono), las leyes de 2015 que modifican el sistema de protección de la infancia y la adolescencia (L.O. 8/2015 y 2L. 26/2015) y la más reciente, la Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, del Sistema de Protección a la Infancia y la Juventud, que protege integralmente a los niños, niñas y adolescentes frente a la violencia. (El Acogimiento familiar en España. Parte I)

2.3.3 ¿Cuáles son los tipos de acogimiento que recoge la legislación actual en España?

Acogimiento Residencial: Se trata de una institución para el cuidado y educación temporal de niños y niñas que carecen de un ambiente que satisfaga sus necesidades físicas, afectivas y sociales, con el fin primordial de asegurar el restablecimiento o la búsqueda de un ambiente familiar para el niño.

Acogimiento Familiar: Se trata de una modalidad de acogimiento alternativo del Sistema de Protección a la Infancia, basado en la solidaridad cívica, que permite a las familias acoger temporalmente en su hogar a niños o niñas que han sido separados temporalmente de su familia de origen, como alternativa al acogimiento residencial. Dentro del acogimiento familiar existen otras modalidades como:

- Acogimiento en familia extensa: Acogimiento por parte de la familia extensa de los niños/as y adolescentes.
- Acogimiento en familia ajena: Acogimiento por parte de familias sin parentesco con los niños/as y adolescentes que pasan un proceso de elección dirigido por la administración. (El Acogimiento familiar en España. Parte I)

2. Conflicto del Sahara

2.3.4 ¿Quién se encarga de desarrollar el acogimiento familiar en España?

En España, las competencias sobre acogimiento familiar están delegadas a las comunidades autónomas, por lo que, para iniciar el proceso, la familia interesada ha de contactar con los servicios de protección de su comunidad y/o con la entidad delegada por esta.

Esto, a pesar de que hay una legislación estatal que han de cumplir todas las comunidades, en cada una pueden variar algunos aspectos como los apoyos técnicos, materiales y económicos de las familias o los recursos con los que puedan contar. (El Acogimiento familiar en España. Parte I)

En este caso, este tipo de acogimiento se denomina acogimiento familiar temporal ya que el menor no permanece en la residencia de acogida durante un periodo de larga duración (más de dos años).

3. Análisis de la asociación

3.1 ¿Qué es y qué hace Sahara Horta?

Sahara Horta es una entidad de la federación de “Asociaciones Catalanas Amigas del Pueblo Saharaui (ACAPS)” que se originó en Barcelona.

Entre otras muchas labores, la organización de Sahara Horta, gestiona la acogida de los menores que asume el Frente Polisario, se encarga de hacer la entrega de tarjeta sanitaria de la Seguridad Social, lleva a cabo todo el procedimiento sobre el seguro de Responsabilidad Civil, brinda su apoyo a todas las familias de acogida y organiza y subvenciona el casal deportivo. (Associació Sàhara Horta, 2019a)

3.2 Origen y evolución

Sahara Horta fue fundada en 1993 en la ciudad de Barcelona. Esta entidad surgió cuando un niño saharauí llegó a Barcelona y quedó tan impactado por el estilo de vida que llevaban los ciudadanos que quiso quedarse en la capital catalana. Este niño se instaló y se adaptó de una manera brutal y en el colegio al que iba, que era el colegio “Mare Nostrum” tuvo una gran repercusión, ya que muchas familias que llevaban a sus hijos allí se empezaron a interesar más por el tema de las acogidas al ver que les podían dar una oportunidad a todos esos niños.

Hace varios años, existía la entidad “Sahara Horta” y la entidad “Sahara Horta Jove”. Sahara Horta Jove fue muy conocida a nivel de Cataluña, ya que lo que hacía el sector joven era difundir y trasladar el problema del Sahara Occidental a mucha más gente que a la que consigue llegar hoy en día la asociación.

Finalmente, fueron evolucionando y por falta de tiempo y actitud, esa asociación más joven desapareció, y por este motivo, consideran que no tienen tanta repercusión hoy en día, ya que las personas que colaboran con la entidad son de una generación más adulta y no saben gestionar el tema de la comunicación como lo hacían las generaciones más avanzadas.

3.3 Localización

La entidad de Sahara Horta forma parte de la federación de Asociaciones Catalanas Amigas del Pueblo Saharaui (ACAPS). Dicha federación trabaja a nivel nacional, ya que agrupa diferentes entidades, las cuales muchas de ellas no se fundaron en Cataluña.

En el caso de Sahara Horta es distinto, puesto que, la sede principal de la asociación se encuentra hoy en día en la ciudad de Barcelona, pero realizan proyectos tanto a nivel de Cataluña como a nivel nacional, como es el caso del proyecto de “Vacaciones en Paz”.

Aun así, muchas de las familias que deciden llevar a cabo el proceso de acogida de niños y niñas saharauis, residen principalmente en ciudades catalanas.



Fuente: Google Maps

3. Análisis de la asociación

3.4 Objetivos de la asociación

Algunos de los principales objetivos de esta organización es darles a los niños saharauis la oportunidad de conocer la vida fuera de los campos de refugiados y dar visibilidad y concienciar a la población sobre la situación que están viviendo todos ellos. (Horta, s. f.)

Por otra parte, lo que se tiene más presente a la hora de llevar a cabo esta iniciativa, es que los niños y niñas pasen dos meses de vacaciones lejos de la dura realidad en el campo de refugiados y del extremadamente caluroso verano saharauí.

En conclusión, podemos decir que, los objetivos que se pretenden cumplir a lo largo del proceso de acogida son:

- Dar la oportunidad a los niños de poder disfrutar y compartir con sus familias catalanas una realidad mucho diferente a la que viven día a día en sus campamentos.
- Revisar su estado de salud mediante una completa revisión médica para así poder detectar cualquier problema y actuar en consecuencia.
- Concienciar la ciudadanía del problema político y humano del pueblo saharauí, parte del cual malvive en el exilio desde hace más de 40 años.

3.5 Misión, Visión, Valores e imagen de marca

Desde Sáhara Horta trabajan para difundir la situación de injusticia social, económica y política que sufre el Sáhara Occidental y apoyan todas las acciones de este pueblo para obtener una salida justa al proceso de descolonización.

En los campamentos de refugiados llevan a cabo proyectos de colaboración y cooperación en coordinación con las organizaciones del pueblo saharauí, cuyo objetivo es conseguir disminuir su dependencia de las ayudas internacionales.

Colaboran en proyectos que a través del cual miles de niños saharauis pasan los meses de julio y agosto con familias de Cataluña. Participan también en la divulgación de los viajes que se organizan desde Cataluña para conocer los campamentos de refugiados, realizar los seguimientos de los diferentes proyectos de cooperación y visitar a los niños y a sus familiares.

Y, por último, preparan nuevas iniciativas para mejorar el día a día de los refugiados y darles medios de superación. (Associació Sáhara Horta, 2019)

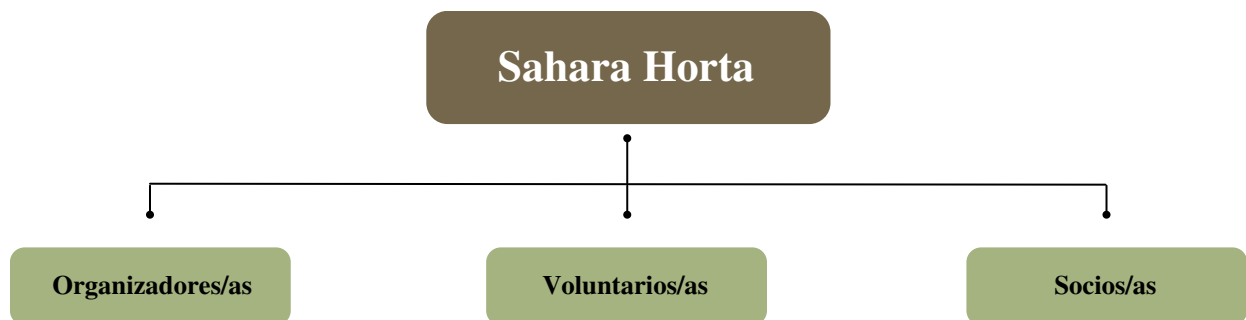
3. Análisis de la asociación

3.6 Estructura interna de la entidad

Partiendo de la base de que Sahara Horta es una entidad que forma parte de la federación ACAPS, podemos decir que hay mucha gente que colabora en el proyecto de “Vacaciones en Paz”, ya que se trata de un proyecto que llevan a cabo también otras asociaciones y es uno de los más conocidos.

En cambio, la participación en proyectos y actividades que se llevan a cabo dentro de Sahara Horta, es muy baja, puesto que hay muchas personas que por falta de tiempo y por cuestiones laborales no pueden permitirse estar al 100% en la asociación.

A continuación, vamos a ver un gráfico en el que se expone cómo es la organización interna de la entidad de una forma más visual.



Fuente: Propia

1. Organizadores/as:

Los organizadores de la entidad siempre suelen ser las mismas personas y hoy en día, muchas de ellas son personas jubiladas, ya que, al no tener un horario laboral, son las que más tiempo y esfuerzo pueden dedicarles a la asociación. Actualmente, Sahara Horta cuenta con 8 organizadores.

2. Voluntarios/as:

En Sahara Horta no cuentan con empleados, sino que trabajan con voluntarios.

En cuanto a los voluntarios, podemos decir que cada vez hay menos, ya que muchos de ellos tienen horarios laborales fijos y no tienen tiempo suficiente para dedicarse al 100% en la asociación. Aun así, la mayoría de los voluntarios que trabajan con ellos son realmente fieles y hace muchos años que colaboran conjuntamente. Actualmente, dentro de la asociación, cuentan con un total de 8-10 personas voluntarias.

Dentro de los voluntarios tenemos, por un lado, las familias que acogen a los niños saharauis y, por otro lado, a las personas que participan en los eventos y charlas. Las familias que suelen repetir en el proceso de acogida, suelen ser miembros que han viajado a los campamentos de refugiados y que han podido vivir en primera persona la situación que viven todos esos niños/as.

3. Socios/as:

Los socios son personas que, aunque no quieran vivir la experiencia de acoger a todos esos niños saharauis, hacen donativos una vez cada "X" meses para ayudar económicamente a la asociación. Actualmente, en Sahara Horta tienen unos 40-50 socios.

3. Análisis de la asociación

3.7 ¿Qué hace la asociación?

Durante los últimos años, la asociación Sahara Horta, ha organizado distintas actividades y eventos a través de los cuales se pretende concienciar a la población de la importancia que tiene la adopción de niños del Sahara. (Associació Sahara Horta –, s. f.)

Habiendo analizado y buscado información sobre ello, podemos ver que algunas de las acciones más exitosas para la compañía son:

- Formación sanitaria:

Se trata de un proyecto de responsabilidad social corporativa que cuenta con el apoyo y la colaboración del Hospital Universitario Dexeus y de la Fundación Quirón Salud. Esta acción ha consistido en la acogida de un doctor especializado en anestesiología dentro de la asociación de Sahara Horta, en el que se ofrece el acompañamiento y apoyo logístico en el día a día, para, de alguna manera, facilitar la estancia de estos niños y permitirles concentrarse en su captación y formación.

En este caso, el departamento de anestesiología, reanimación y tratamiento del dolor del Hospital Universitario Dexeus ha establecido un acuerdo de colaboración con la fundación Sahara Horta, mediante el cual un médico procedente de los campamentos de refugiados del Sáhara se ha formado en las competencias básicas de la especialidad de anestesiología durante un periodo de 3 meses.

El principal objetivo ha sido la adquisición de competencias básicas para poder realizar anestesia en cirugías programadas de baja complejidad y asistir al apoyo vital en la urgencia quirúrgica. El doctor, que ha sido protagonista de este proyecto, ha adquirido conocimientos teórico-prácticos y ha desarrollado habilidades técnicas relacionadas con accesos vasculares, control de la vía aérea y anestesia regional. Su formación asistencial se ha desarrollado en todas las áreas del hospital y siempre bajo la tutela y supervisión de un anestesiólogo adjunto. (Associació Sàhara Horta, 2019b)

Cooperativas de ovejas:

Este proyecto se basa en la adquisición, por parte de víctimas de minas y de sus familiares, de unas pocas ovejas con las cuales constituir una economía familiar, contribuyendo así a desarrollar la integración social de los afectados por las minas terrestres y otros restos de guerra que todavía permanecen enterrados en el Sáhara Occidental. Actualmente, en Sahara Horta tienen un total de cuatro cooperativas.

La finalidad de cada una de las cooperativas no es solo ofrecer a las familias beneficiarias la posibilidad de salir de la situación de pobreza en la cual se encuentran, sino que se pretende también la creación de nuevas cooperativas a partir de la cesión de las ovejas que, en los dos primeros años, va “devolviendo” cada familia beneficiaria. Es decir, una familia destinataria recibe, al principio, 5 ovejas con cría y tiene que librar 4 ovejas al final del primer año, y 3 más, al final del segundo.

A partir del tercer año, ya no se exige a la familia beneficiaria librar más animales, pero se pactará mantener un determinado número de jefes en el tercer y cuarto año, con el fin de hacer productiva esta forma de microeconomía local e ir constituyendo nuevas cooperativas con las ovejas devueltas. De este modo, este tipo de cooperativas se convierten en una propuesta de inversión convincente, viable y dentro de un modelo sostenible.

Este planteamiento de negocio familiar con ganado ovino ha dado muy buenos resultados incrementando el número de cooperativas y también, por lo tanto, el de familias beneficiarias. (Associació Sàhara Horta, 2021)

3. Análisis de la asociación

- Campana “Un ordenador per a cada escola”:

La situación actual de los centros educativos de los campamentos de refugiados Saharais es precaria, ya que faltan medios para facilitar la educación de los niños y formación a todo el profesorado para saberlos utilizar. Una de las carencias más evidentes es la falta de ordenadores con conexión a Internet.

Por este motivo, la Asociación Sahara Horta ha puesto en marcha el proyecto “Un ordenador per a cada escola”, con la finalidad de formar a todo el profesorado saharai y proveer con ordenadores, el total de escuelas que hay a los campamentos de refugiados. Gracias al convenio que cuentan con Daira de Bucraa, situado a la Wilaya de la Aaiun, pudieron conectar una escuela de esta daira con el Instituto de Hostelería y Turismo de Can Dragó.

Este proyecto fue creado con un doble objetivo pedagógico. La primera parte del proyecto sufrió dificultades por las cuales se ha tenido que enderezar. Durante el curso de 2020, la asociación envió una equipación de ordenador y un transformador de corriente continua en una escuela de Bucraa para hacer realidad el proyecto. Lo que sucedió es que se encontraron en una situación en la que la hora de mejor conexión a internet era por la noche y los niños no podían sacar provecho. A partir de aquí se replanteó la actividad y en vez de crear una conexión en línea, optaron por grabar vídeos y enviarlos. («“Un ordenador per a cada escola”, més eines d’educació pels», 2021)

- Festa Major d’Horta:

La “Festa Major d’Horta” se trata de un evento que organizan año tras año desde la asociación. Cada año se celebra en un lugar distinto, pero siempre en el barrio de Horta y el pasado mes de septiembre de 2022 tuvo lugar en la Biblioteca Can Mariner. Su principal objetivo es mantener conexiones en directo con activistas de los territorios ocupados del Sáhara Occidental y de los campamentos de refugiados. (Associació Sàhara Horta, 2022)

Otros objetivos de llevar a cabo esta celebración es promover y fomentar la compañía entre los residentes del barrio de Horta, así como dar a conocer las distintas organizaciones presentes en la zona. Además, busca visibilizar la asociación Sahara Horta con el fin de atraer a futuros miembros, voluntarios y familias acogedoras.

- Vacances en Pau:

El programa de “Vacances en Pau” es uno de los proyectos más emblemáticos que lleva a cabo la asociación, y que tiene como eje central la acogida de niños saharais, de 8 a 12 años, por parte de familias residentes en Cataluña.

La acogida es un acto de solidaridad con estos niños y con este pueblo, que además implica la sensibilización de la población civil y política de Cataluña con el conflicto del Sáhara Occidental. Conflicto que provoca que una parte del pueblo saharai malviva en los campamentos de refugiados. De estos campamentos de refugiados es de donde proceden los niños acogidos dentro del programa.

Como cada año, durante los meses de julio y agosto los niños dejan atrás todas las carencias en las que ellos y sus familias conviven en los campamentos de refugiados y vienen con toda la ilusión de poderlos pasar con sus familias de acogida. Durante este tiempo, pasarán revisiones médicas para poder diagnosticar y, si hace falta, tratar diferentes aspectos sanitarios para poder mejorar su estado de salud y evitar enfermedades graves. (Associació Sàhara Horta, 2021a)

3. Análisis de la asociación

Formación sanitaria



Fuente: Google Imágenes

Cooperativas de ovejas



Fuente: Google Imágenes

Proyecto "Vacaciones en Paz"



Fuente: Google Imágenes

3.7.1 Conclusiones de las actividades que se llevan a cabo en Sahara Horta:

Habiendo analizado las distintas actividades que se organizan y se llevan a cabo dentro de la asociación, podemos llegar a concluir que una de las más exitosas ha sido la de “Un ordenador per a cada escola”. Se trata de un proyecto realmente solidario y que tiene un fin pedagógico, en el que, durante el primer transcurso de su lanzamiento, tuvieron una serie de problemas que fueron capaces de solucionar al momento. Esto supone una gran ventaja por parte de la asociación y hace que mejore su imagen de marca y reputación.

En general, podemos decir que desde Sahara Horta se organizan pocas actividades, pero todas ellas, tienen un fin solidario y benéfico, que es lo que realmente caracteriza a la marca. El hecho de participar en actos, hace que su mensaje llegue a mucha más gente y puedan llegar a concienciar a aquella población que, actualmente, no son su público objetivo, pero que pueden llegar a serlo en un futuro.

En conclusión, creemos que al tratarse de una entidad catalana, deberían participar u organizar más eventos para poder llegar a ser una marca conocida a nivel de Cataluña, y de esta manera, obtener más beneficios y ayudas hacia los niños/as del Sáhara.

3. Análisis de la asociación

3.8 ¿Cómo es el proceso de acogida?

Antes de llevar a cabo el proceso de acogida, los miembros de Sahara Horta, realizan un par de entrevistas a las familias interesadas en acoger a niños/as saharauis, con la finalidad de que realmente sean conscientes de la responsabilidad que requiere el hecho de acoger a un menor.

Según (Associació Sàhara Horta, 2021b), algunos de los compromisos que deben tener las familias de acogida son:

- Hacerse cargo del niño durante dos meses.
- La familia de acogida debe tener una situación social y económica normal y estable.
- Vivienda en condiciones adecuadas.
- Asistir en el campus deportivo que organiza la organización.
- Pasar las revisiones médicas.
- Participar en los actos que se convoquen a nivel de Cataluña.

Acciones que lleva a cabo la asociación para que el proceso de acogida se lleve a cabo:

- Gestionar la tutela de los menores que asume el Frente Polisario.
- Asumir el coste del viaje.
- Hacer la entrega de la tarjeta sanitaria de la Seguridad Social.
- Planificar las revisiones médicas.
- Contratar un seguro de Responsabilidad Civil.
- Dar apoyo a las familias por la realización de las actividades.
- Organizar y subvencionar el casal deportivo.

3.8.1 Requisitos del acogimiento familiar temporal de menores saharauis en verano

Cada asociación es un mundo, pero desde Sahara Horta, se permite acoger a cualquier tipo de familia, ya sean familias con hijos/as, familias monoparentales, familias con dos personas del mismo sexo, familias más mayores o familias sin hijos/as.

Según la fuente (Donostia.eus - Hasierako orria, s. f.), la persona que lo solicita tiene que:

- Ser mayor de 18 años o menor emancipado/a.
- Carecer de antecedentes por delitos sexuales.
- Ser considerada persona idónea para participar en el programa (entrevista psicológica).
- Compromiso de no iniciar ningún trámite de adopción.
- Compromiso de cubrir gastos de manutención y asistencia sanitaria de los y las menores acogidas.
- Compromiso de acogida durante los dos meses completos de verano: julio y agosto.
- Cumplir con los trámites que se exijan, cada año, desde la Delegación de Gobierno Estatal.

¿Cuándo se puede solicitar?: El acogimiento familiar temporal de menores saharauis durante los meses de verano, se puede solicitar durante todo el año.

Documentación necesaria:

- Documento de identificación: DNI / NIE.
- Tarjeta sanitaria de la familia acogedora.
- Certificado negativo de no tener antecedentes por delitos sexuales.
- Declaración de compromiso de no iniciar ningún trámite de adopción con los y las menores acogidas.
- Compromiso de cubrir gastos de manutención y asistencia sanitaria de los y las menores acogidas.

3. Análisis de la asociación

Cantidad a abonar: La participación en este programa no implica ningún gasto ni para las familias de los y las menores acogidas ni para las familias acogedoras. Las familias de acogida únicamente se comprometen a pagar los gastos de manutención y asistencia sanitaria de las y los menores acogidos.

Plazo de resolución: El plazo desde que las familias hacen la solicitud hasta que se confirma su participación y se cumplimenta toda la documentación suele ser de un mes aproximadamente.

Responsable de la tramitación: El responsable de la tramitación en este caso es el departamento del Servicio de Promoción Social y de la Educación.

Pasos del procedimiento: Para realizar la solicitud de acogida hay que:

- Superar la entrevista de idoneidad, con la psicóloga o psicólogo.
- Entregar la documentación, junto a las hojas de solicitud y compromisos exigidos por el programa.
- Asistir a la reunión informativa de las familias acogedoras con la coordinadora responsable del programa.
- Asistir a la reunión de seguimiento del programa con las familias y los y las menores acogidas.
- Realización de actividades puntuales optativas de todas las familias durante el tiempo de acogida.
- Realización de cuestionario de evaluación a las familias de acogida.
- Asistir a la reunión de valoración del programa cuando este finaliza.

3.9 ¿Cómo se comunican?

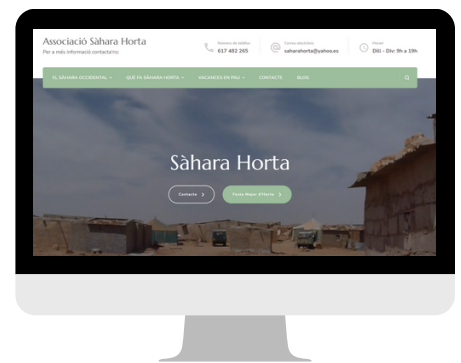
3.9.1 Sitio Web

El sitio web tiene una buena estructura en cuanto a su contenido y se trata de una plataforma que es intuitiva y fácil de navegar. Está distribuida por secciones según los servicios que nos ofrece la asociación y sigue una estética corporativa que es fiel a la marca, siguiendo sus colores, que en este caso son los colores verdes, marrones y colores tierra, representando las tonalidades que transmite el Sahara.

En la parte superior nos encontramos con diferentes secciones en las que podemos encontrar información acerca del conflicto del Sahara Occidental y de cómo es la vida de los saharauis en los campamentos de refugiados. También nos permite saber qué hace la entidad para colaborar con ellos y aportar su pequeño granito de arena y cómo funciona el proyecto de “Vacances en Pau”. Finalmente, hay una sección en la que nos permite contactar con algún miembro de la asociación.

Se utiliza una comunicación cercana con los usuarios y tienen un apartado que les permite conversar con los integrantes de la asociación a través de su email o su teléfono móvil.

En general, la comunicación en el sitio web es muy completa y práctica. Todas las secciones están perfectamente detalladas y es muy fácil acceder a toda la información necesaria. Ofrece un contenido muy variado, desde noticias y curiosidades hasta datos corporativos y éticos.



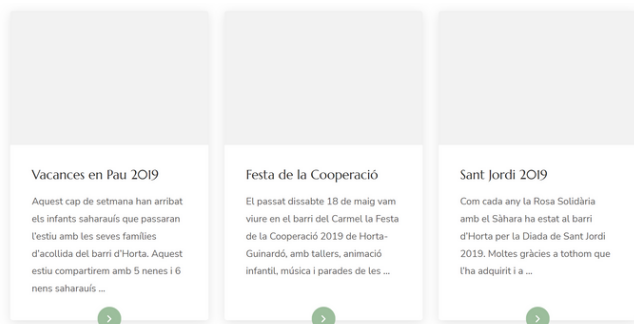
Fuente: (http://saharahorta.cat/?page_id=6, s. f.)

3. Análisis de la asociación

Otro de los puntos que queremos destacar, es que, para que el lector entienda y se informe sobre las diferentes actividades y actos que se organizan desde la asociación, se suelen publicar muchas fotografías en la que se pueden ver como es la estancia de los niños/as en España.

Un aspecto positivo, es que, no suelen saturar la página web con mucha información y texto, sino que, prefieren ser más breves y precisos dando la información exacta y que ellos consideran oportuna. Esto permite mantener a los usuarios informados pero, hace que el lector no se "aburra" leyendo tanto contenido.

Dentro de la misma página web, podemos ver que en la parte superior hay un apartado de "Blog". Este blog se utiliza principalmente para promocionar y dar a conocer cuales son los eventos que se han ido realizando en los últimos meses o los que se van a organizar en un futuro. Actualmente, el blog está descuidado ya que, hace desde 2019 que no publican ningún tipo de contenido.



Fuente: (http://saharahorta.cat/?page_id=6, s. f.)



Fuente: (http://saharahorta.cat/?page_id=6, s. f.)

3. Análisis de la asociación

3.9.2 Campañas publicitarias

Como hemos mencionado en apartados anteriores, sabemos que desde Sahara Horta se llevan a cabo varias campañas publicitarias en los distintos meses del año. Una de las campañas más exitosas y más conocidas por su público objetivo es la campaña que se lanza durante los meses de verano llamada “Vacances en Pau”. Se trata de un proyecto que también llevan a cabo varias asociaciones y empresas competidoras con el fin de incentivar la acogida de niños saharauis, de 8 a 12 años, por parte de familias residentes en Cataluña.

Otra de las campañas que ha tenido más repercusión en estos últimos años, ha sido el proyecto de las cooperativas de ovejas. "Una de las claves de su éxito es que el propósito de cada cooperativa no es solo brindar a las familias beneficiarias la posibilidad de salir de las condiciones de pobreza en las que se encontraban, sino también crear nuevas cooperativas a partir de la cesión de las ovejas que, en los dos primeros años, va “devolviendo” cada familia beneficiaria. Es decir, una familia destinataria recibe inicialmente 5 ovejas preñadas o, preferiblemente con cría y tienen que rescatar 4 ovejas al final del primer año, 3 al final del segundo año y así sucesivamente". (Associació Sàhara Horta, s. f.)

Profundizando más en el tema de acciones o actividades que llevan a cabo, también hemos podido ver que organizan exposiciones en las calles, hacen charlas tanto para niños de las escuelas como para adultos, en reuniones de padres o reuniones del AMPA...

En definitiva, podemos decir que, a diferencia de sus competidores, Sahara Horta, lleva a cabo proyectos y acciones de marketing diferentes e impactantes para su público.

Para difundir estas campañas, suelen publicar contenido en su página web, también suelen colgar carteles en las calles o bien, publicar estas noticias en el foro del ayuntamiento de Barcelona para poder llegar a atraer a mucho más público.

3.9.3 Organización de eventos

Otra de las formas de dar visibilidad a los proyectos e iniciativas que se llevan a cabo dentro de la asociación es que organizan múltiples eventos a nivel de Cataluña. Estos eventos son organizados para dar a conocer el funcionamiento de la asociación y las actividades que desarrollan en su día a día.

A continuación vamos a ver una pequeña tabla en forma de cronograma con todas las actividades que van desarrollando a lo largo del año.

Lo primero que hay que recalcar es que el año de proyectos para la entidad de Sahara Horta empieza a principios de marzo, y durante los meses de octubre, noviembre y diciembre no realizan ningún tipo de actividad.

Por otra parte, también queremos mencionar que las charlas que se practican en los colegios se hacen una vez cada “X” años y no de manera mensual.

3. Análisis de la asociación

3.9.3 Eventos, acciones y actividades que llevan a cabo

MES	ACTIVIDAD / EVENTO	¿QUÉ HACEN? / ¿CÓMO SE ORGANIZAN?	OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD / EVENTO
Marzo	Acto en conmemoración a Jordi Domènech (persona que falleció y que formaba parte de la entidad)	En este caso, al principio del acto se proyecta un documental para todos los asistentes e invitan a expertos sobre el tema del Sahara a que cuenten como se vive allí y cual es la situación actual.	El objetivo de este acto es conmemorar a una de las personas que llevaba más años colaborando con la asociación, para de alguna manera, agradecerle su empeño y dedicación.
Marzo	Premios Jordi Domènech	Este acto se lleva a cabo con la finalidad de premiar a la persona que ha colaborado más y que se ha implicado más con la asociación durante los últimos años.	El objetivo de este acto es conmemorar a una de las personas que llevaba más años colaborando con la asociación, para de alguna manera, agradecerle su empeño y dedicación.
Abril	Paradeta de Sant Jordi (El día del libro)	El día de Sant Jordi se organizan "paradetas" en las que se venden rosas para recaudar dinero y en las que exponen fotografías acerca del Sahara.	El objetivo de este acontecimiento es, por una parte, recaudar fondos con las ventas de las rosas y, por otra parte, visibilizar el problema del Sahara a través de la exposición de fotografías.
Julio	Fiesta de bienvenida	Durante la primera semana de acogida, se suele hacer una fiesta de bienvenida para que los niños se puedan relacionar entre sí. Suele haber actividades como payasos o fiesta de la espuma.	El objetivo de este acto es hacer que los niños y sus respectivas familias de acogida se vayan conociendo y relacionando entre sí.
Julio	Casal de verano	Durante el primer mes de acogida, los niños van de lunes a viernes de 9:00 a 13:00 al casal de verano en la que realizan todo tipo de actividades junto con otros niños.	El objetivo de esta actividad es mantener a los niños entretenidos durante las mañanas en los meses de acogida.
Julio	Cena familiar	A mediados del mes de julio cuando los niños ya están "adaptados" a la nueva rutina, se hace una cena con todas las familias de la asociación.	El objetivo de esta cena es celebrar la bienvenida de los niños/as a España y hacer que tanto los niños como las familias se vayan conociendo y compartan sus propias experiencias.
Agosto	Excursiones	Durante el mes de agosto los niños ya no van al casal y lo que hacen son excursiones para visitar lugares de Cataluña, como es el caso de la visita al Tibidabo o al Camp Nou.	El objetivo de estas actividades, es que los niños/as saharauis conozcan la cultura y los lugares más emblemáticos de Cataluña durante los meses de verano.
Septiembre	Festa Major d'Horta	Durante las fiestas d'Horta, que suelen ser a finales de septiembre, se organizan diferentes actividades y charlas en las que participan expertos en el tema y cuentan sus propias experiencias.	El objetivo de este acto es promocionar y dar visibilidad de la situación actual del Sahara y de la importancia de la acogida de estos menores.

3. Análisis de la asociación

3.9.4 Conclusiones de la comunicación de Sahara Horta

Habiendo analizado la comunicación de Sahara Horta, podemos concluir que utilizan un estilo muy clásico y sencillo a la hora de difundir información, pero que lo hacen de una manera en la que el público se siente realmente impactado. Es decir, utilizan medios de comunicación tradicionales, como es el caso del sitio web o de la organización de diferentes eventos, pero utilizan una forma de comunicar la información de manera distinta a sus competidores, con la finalidad de que llegue a mucho más público.

Otro de los puntos que podemos destacar es que, al contrario de sus entidades competidoras, Sahara Horta no hace uso de redes sociales, ya que no tienen suficiente tiempo ni personal para dedicarles las horas que requieren y ser constantes en sus publicaciones.

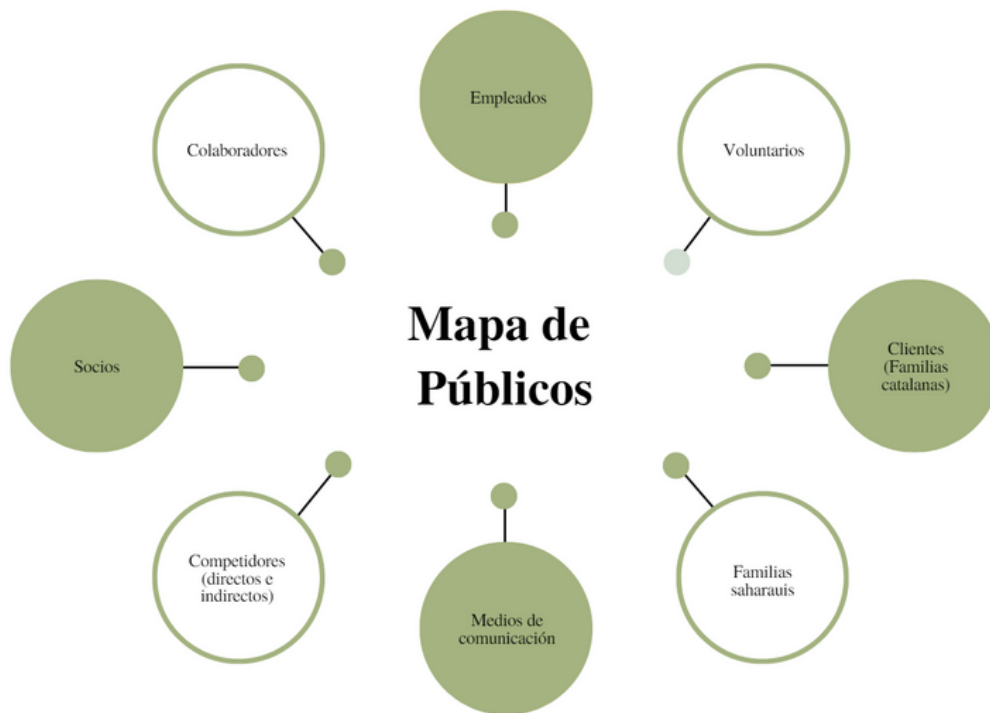
En cuanto al tema del conflicto del Sahara, es un tema que hoy en día ha dejado de hablarse, ya que, han ocurrido sucesos que se consideran “más importantes” en nuestra sociedad, como es el caso de la pandemia o de la guerra de Ucrania. Hace muchos años, ese conflicto era un tema muy común, puesto que estaba presente en muchos medios de comunicación como la televisión o la prensa. Actualmente, no hemos podido encontrar noticias recientes en ningún medio, porque, como hemos comentado antes, creemos que todos estos medios que antes hablaban de ello ya no lo consideran un tema de suficiente peso.

Finalmente, queremos destacar que una cosa que nos ha llamado mucho la atención es el hecho de que sólo promocionan aquellos eventos internos, es decir, que sólo hacen publicidad sobre los actos que se organizan dentro de la entidad.

3. Análisis de la asociación

3.10 ¿Cuál es el público objetivo al que se dirige?

3.10.1 Mapa de públicos



Fuente: Propia

3.10.2 Público objetivo

Según dos personas voluntarias y colaboradoras de la entidad, sabemos que la mayoría de las familias que acogen a menores del Sahara, son personas cuya edad está comprendida entre los 35 y los 55 años (generación "X"). Aunque la asociación no tenga como requisito que la persona o familia de acogida debe cumplir esa edad, consideramos que es mejor centrarnos y enfocarnos mayoritariamente en este tipo de público, ya que, de esta manera, creemos que vamos a poder conseguir un mayor número de acogidas por familia.

Según un estudio realizado por Iberdrola, la generación "X" comprende a los nacidos entre 1965 y 1981. En general, podemos decir que son personas que no han tenido una vida nada fácil, ya que, tener un puesto de trabajo fijo tras un periodo turbulento era un gran reto para aquel entonces. El trabajo y la producción siguen siendo su filosofía de vida, dejando de lado el idealismo. El individualismo, la ambición y la adicción al trabajo son algunos de los valores entre los cuales se criaron. (Generación Z: transformadores de lo establecido, s. f.)

Se trata de una generación que ha vivido todo el periodo de evolución tecnológica y el auge y desarrollo de los medios, además de gozar de estabilidad tanto laboral como familiar y estar activos tanto física como mentalmente. Aunque están adaptados al mundo 4.0, son menos dependientes del smartphone que las próximas generaciones.

3. Análisis de la asociación

A continuación, vamos a analizar cómo se comportan y cuáles son las características de aquellas familias que se plantean acoger a menores saharauis durante los meses de julio y agosto.

Características psicográficas: (Generación Z: transformadores de lo establecido, s. f.)

- Son personas que le dan mucha importancia a la educación.
- Esperan ascender rápidamente y escalar posiciones en sus puestos de trabajo.
- Son individualistas e independientes.
- Son muy emprendedores.
- Le dan mucha importancia a la familia.
- Tienen un fuerte sentido de comunidad.
- Se adaptan muy bien a los nuevos cambios.

Estatus socioeconómico: (Generación Z: transformadores de lo establecido, s. f.)

- La mayoría viven en grandes ciudades.
- Tienen unos ingresos mensuales altos.
- Tienen una estabilidad económica.
- Tienen estabilidad laboral.
- Su domicilio está en buenas condiciones y tiene un tamaño suficiente para poder dar hospitalidad a todos esos niños/as.

Estilo de vida: (Generación Z: transformadores de lo establecido, s. f.)

- Aunque suelen vivir en grandes ciudades, les gusta practicar actividades al aire libre.
- Pasan mucho tiempo en familia.
- Se comprometen a proporcionarles a los niños/as saharauis la hospitalidad, el cariño y los cuidados necesarios para su adaptación a la familia.
- Compaginan las actividades laborales y familiares eficientemente.
- Tienen un estilo de vida mínimamente saludable.

4. Análisis del sector

4.1 Competencia

4.1.1 Competidores directos

La competencia directa que hemos elegido, son las asociaciones de: Terrassaharai, L'Hospitalet amb el Sahara y Sahara Ponent. Son asociaciones que ofrecen los mismos servicios para satisfacer las mismas necesidades, por lo que las hemos analizado para poder ver sus puntos fuertes y los más débiles, y así saber cómo plantear mejor las acciones que podemos llegar a realizar para nuestro evento. También comparten puntos del área geográfica del público objetivo.

En las siguientes páginas, hemos querido analizar la información principal de cada una de las asociaciones, sus distintas redes sociales, el contenido en las páginas web, las acciones realizadas por cada una de ellas y la campaña realizada con mejor resolución sobre la base de sus objetivos planteados.

COMPETIDOR DIRECTO 1



COMPETIDOR DIRECTO 2



COMPETIDOR DIRECTO 3



4. Análisis del sector

Asociación Terras Saharaui

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Asociación Terrassaharai
TIPO DE EMPRESA	Asociación sin ánimo de lucro, respetando el código ético de las ONG.
AÑO DE FUNDACIÓN	Fue fundada en 1999, pero, no fue hasta finales de 2006 cuando se consolida como Asociación Terra Saharaui.
LOCALIZACIÓN	Carrer de Colom, 287, 08223 Terrassa, Barcelona.
MISIÓN	Defender el derecho del Pueblo Saharaui a tomar sus propias decisiones en libertad e independencia.
VISIÓN	El apoyo a los campamentos de refugiados situados en el desierto argelino.
VALORES	Solidaridad, visibilidad y apoyo a los más desfavorecidos.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA	"Vacaciones en Paz"
----------------------	---------------------

Vacaciones en Paz es un programa que incluye la acogida temporal de niños de 8 a 12 años de los campos de refugiados de Tinduf, en el sur de Argelia.



Esta campaña la llevan haciendo desde hace años y aún sigue activa por los grandes beneficios logrados según sus objetivos que consiguen hacer. Las recepciones se llevan a cabo durante los meses de julio y agosto.

Este proyecto está creado y enfocado con tal de poder dar la ocasión de salir de los campos de refugiados a los niños que viven allí el resto del año y abrirles a un mundo lleno de oportunidades para ellos, que viviendo en su hogar no se les permite.

Fuente: <https://www.terrassaharai.cat/es/vacances-en-pau/>

Los objetivos de esta campaña son "proporcionar una familia durante los meses de julio y agosto, dar la oportunidad de vivir un verano de una realidad completamente distinta a la del campo de refugiados, llevar a los niños a revisiones médicas y concienciar a la ciudadanía del problema político y humano del pueblo saharai". (Associació Terrassaharai – Acollida d'infants saharauis, s. f.)

Durante la estancia de los menores en España, la asociación, junto con el ayuntamiento, organizan: la recepción de los menores en el aeropuerto y el traslado a sus nuevos hogares, la presentación de cada niño de su familia acogedora, la recepción en el ayuntamiento, las actividades de ocio conjuntas con las familias de acogida y los niños saharauis, la fiesta de despedida, y, finalmente, el traslado al aeropuerto. (Associació Terrassaharai – Acollida d'infants saharauis, s. f.)

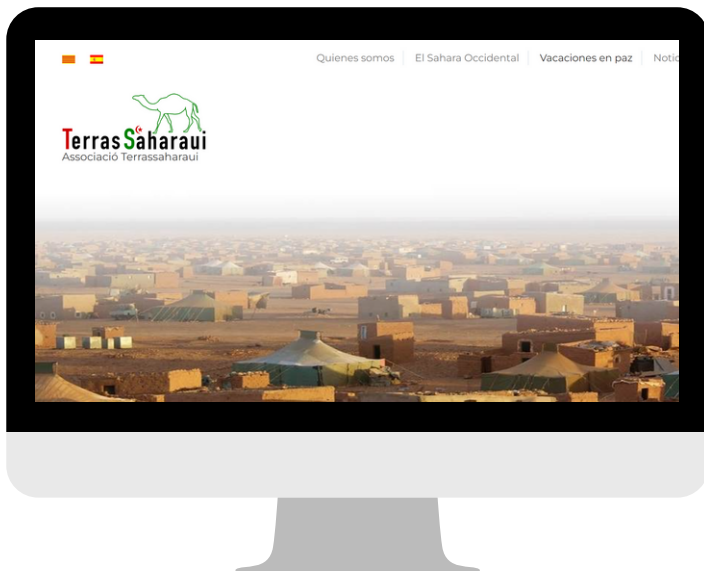
4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	terrassaharauis.cat
-------------------	---------------------

La página web de la asociación, está muy bien estructurada para que los usuarios entiendan bien el objetivo de la asociación y se pueda informar fácilmente sobre ella. En la pantalla principal, nada más deslizar hacia la parte inferior, encuentras información de quiénes son y cuáles son sus objetivos y propósitos, sus campañas más visualizadas, y finalmente el último aparato trata sobre las noticias más recientes sobre la asociación.

En la parte superior de la página podemos ver una barra de elementos que te lleva a otros apartados significativos de la asociación, como la de su campaña más exitosa y así los visitantes les puede llamar más la atención y se pueden informar fácilmente.

Al inicio de la página, también puedes encontrar rápidamente su contacto, como sus redes sociales o su correo electrónico. Y también justo arriba a la izquierda se puede ver en grande el logo de la asociación. Los colores que predominan en esta página web son el naranja y el blanco.



Fuente: <https://www.terrassaharai.cat/es/vacances-en-pau/>

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Facebook - @associacióterrasaharai
-----------------------	------------------------------------

- Número de seguidores: 1.215 seguidores
- Aproximación de me gustas: 1.192 likes
- Aproximación de comentarios por publicación: La mayoría de publicaciones no tienen ningún comentario

A simple vista, podemos ver que la plataforma sigue una línea muy directa en su contenido. Desde el pasado mes de septiembre no hay nuevas publicaciones en la página de Facebook, aunque anteriormente estaba activa casi a diario.

Las publicaciones del perfil son más informativas en cuanto a actualidad del conflicto del Sahara, y también con respecto a logros de los saharauis. Aparte, también podemos ver distintas fotografías del proyecto vacaciones en paz. Utilizan un tono cercano. Para subir contenido, utilizan más fotografías que videos. Aunque muchas de sus fotos, no son de mucha calidad.

REDES SOCIALES	Instagram - @saharaterrassa
-----------------------	-----------------------------

- Número de seguidores: 878 seguidores
- Aproximación de me gustas: alrededor de 25-45 likes por publicación
- Aproximación de comentarios por publicación: La mayoría de publicaciones no tienen ningún comentario, aunque hay algunas que tienen 2 o 3 comentarios

La cuenta de Instagram de la asociación, está muy activa durante los meses de verano (julio, agosto y septiembre), ya que son los meses que llevan a cabo el proyecto de “Vacaciones en Paz”, es cuando consiguen tener más impacto también.

Podemos decir que su contenido se resume en publicaciones de los niños saharauis disfrutando de su estancia en España. Podemos ver las excursiones que hacen, los días de piscinas y las múltiples revisiones médicas, entre otras muchas actividades.

También podemos encontrar algunas publicaciones más reivindicativas y explicativas, sobre el conflicto del Sahara. Y otras publicaciones en formato de cartel con alguna fotografía, anunciando otras acciones que realizan. La descripción de la cuenta es pobre, aunque puedes ver las historias destacadas de las campañas de vacaciones en paz de todos los años.

4. Análisis del sector

Asociación l'Hospitalet amb el Sahara

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	L'Hospitalet amb el Sahara
TIPO DE EMPRESA	Asociación sin ánimo de lucro.
AÑO DE FUNDACIÓN	La Asociación de Familias Solidarias de Niños y Niñas Saharauis de L'Hospitalet nació en 1996.
LOCALIZACIÓN	Carrer de la Primavera, 2, 08905 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona.
MISIÓN	La misión es formalizar y gestionar la acogida de niños y sensibilizar sobre la situación del pueblo saharauí.
VISIÓN	Llegar a concienciar a la población de la importancia de dar apoyo y visibilidad a todos esos niños saharauis.
VALORES	Transmitir confianza y ayudar a los niños a tener mejores condiciones de vida.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA	"Vacaciones en Paz"
----------------------	---------------------



Habiendo analizado las diferentes campañas publicitarias que se han llevado a cabo dentro de la asociación, podemos concluir que la más exitosa fue la de “Vacaciones en Paz”. Dentro de esta campaña, se han ido realizando varias acciones relacionadas con ésta, gracias a la repercusión que han ido teniendo desde un primer momento.

Fuente: <http://lhsahara.org/2021/03/07/tercera-entrega-de-cestas-a-nuestras-familias-de-los-campamentos/>

La Asociación hace años que colabora con el proyecto “Vacaciones en paz”. Es la campaña publicitaria con más repercusión y, es por ello que, han aprovechado esa visibilidad para integrar nuevas actividades dentro de ella, como por ejemplo la entrega de cestas de comida para varias de las familias que viven en los campos de refugiados. Esta campaña ya la han realizado varias veces con gran éxito, y, aparte de poder aportar ayuda a los niños, de esta forma también pueden ayudar a sus familiares.



Fuente: <https://lhsahara.org/>

A día de hoy siguen haciendo esta actividad, y algunos de los alimentos que llevan al campo son: patatas, pasta, legumbres, tomates, pan aceite, leche, huevos...

4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	lhsahara.org
-------------------	--------------

La página web de la asociación es fácil de usar y navegar, ya que están todos los apartados muy bien ubicados y de fácil acceso para poderte informar. Hay varios apartados que cuentan con información más noticiosa, y se echan en falta apartados más explicativos con cuestiones generales de información.

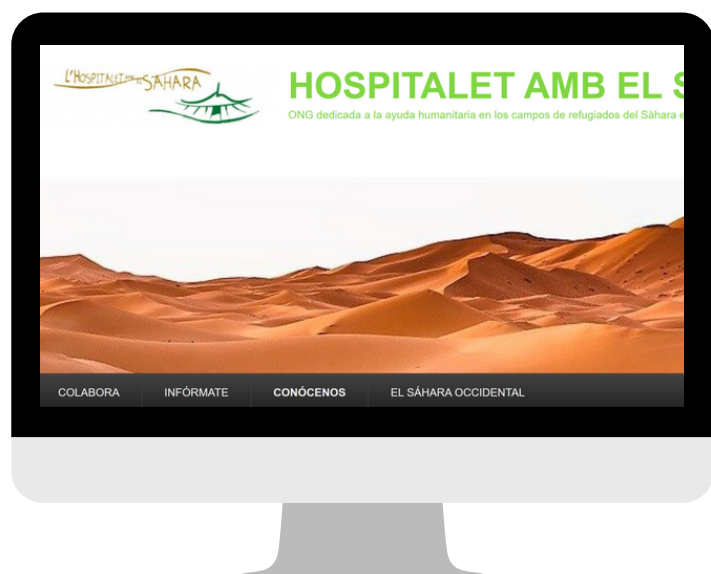
En la página principal sí que te explican quiénes son y cuáles son sus iniciativas. También en el borde de la página hay un índice sobre temas relevantes del conflicto del Sahara sobre los cuales el lector puede informarme cuando desee.

En la parte inferior de la página puedes encontrar la forma de contactar con ellos a través de distintas plataformas.

Algunas de las imágenes con las que cuentan en la página web, no son de gran calidad, porque se ven borrosas y no hechas de primera mano.

Al lado derecho de la pantalla, encontramos un buscador por si el usuario no supiera encontrar lo que busca, o para obtenerlo más rápido. Seguidamente, vemos un índice donde puedes picar encima de cada palabra clave, y te leva a apartados relacionados, según la palabra que te haya interesado y hayas picado.

Visualmente, no es muy atractiva y no llama mucho la atención, y eso es debido a los colores que han utilizado, y que los apartados están divididos como si fuera un blog y con un diseño muy básico, aunque lo etiquetan todo con tal de que esté lo mejor organizado para posteriormente poderlos encontrar en la web.



Fuente: <https://lhsahara.org/>

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Facebook - @lhsahara
-----------------------	----------------------

- Número de seguidores: 925 seguidores
- Número de me gustas: 877 likes
- Aproximación de comentarios por publicación: Entre 1 y 4 comentarios

El perfil de Facebook está muy actualizado en cuanto a publicaciones. La información de presentación de la cuenta es muy detallada y te permite hacerte una buena idea de quiénes son y lo que hacen dentro de la asociación.

Intentan mantener relación con sus seguidores en publicaciones e informan y detallan actividades que van realizando desde la fundación. Hay muchas fotografías y vídeos donde poder ver sus experiencias.

En sus publicaciones consiguen tener interacción con sus seguidores, aunque suele ser muy baja. El contenido que suben es de calidad, ya que la información está actualizada y a nivel visual en las fotografías y videos la percepción es bastante alta, aunque en algunas ocasiones utilizan algún cartel que también lo publican en su página web.

REDES SOCIALES	Twitter - @LH_Sahara
-----------------------	----------------------

- Número de seguidores: 73 seguidores
- Aproximación de me gustas: Ninguno o muy bajo, la ultima publicación que consiguió tener más de 10 likes y fue en el año 2018
- Aproximación de comentarios por publicación: En los últimos meses ninguno

Actualmente, la cuenta de Twitter parece abandonada, ya que hace varios meses que no publican nada en ella. Anteriormente, sí que hacían varias publicaciones y compartían bastantes mensajes. El formato de contenido que publicaban normalmente era a partir de fotografías, o de carteles informativos de actividades o informativos.

El carácter de la cuenta parece informativo sobre sus propósitos y logros que han conseguido realizar.

En los últimos meses, han hecho más presencia a nivel de retweets que en post de ellos mismos. Estos son publicaciones que van en relación a la asociación y otros que tratan sobre la actualidad del Sahara.

4. Análisis del sector

Asociación Sahara Ponent

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Sahara Ponent
TIPO DE EMPRESA	Asociación sin ánimo de lucro.
AÑO DE FUNDACIÓN	Sahara Ponent fue fundada en el año 2006.
LOCALIZACIÓN	Carrer de Lluís Companys, 1, 6º 1ª, 25003, Lleida.
MISIÓN	Promover y coordinar el apoyo humanitario y político de las Tierras de Ponent en el pueblo saharauí.
VISIÓN	Trabaja promoviendo la igualdad de género como derecho fundamental para conseguir la paz y la prosperidad.
VALORES	Colaboración, ayuda y apoyo mediante el desarrollo de proyectos humanitarios y de educación.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA

“Conocemos intercambiamos”

Todas sus campañas se pueden encontrar en su página web, blog, y difundidas por sus redes sociales, donde tienen cuenta abierta en Facebook e Instagram. Siempre utilizan fotografías, y utilizan un tono muy cercano y fácil de entender.

Conjuntamente con otras asociaciones, una campaña con la que consiguen mucha repercusión es la de Vacaciones en Paz.

Por otro lado, una de las campañas propias de la asociación que ha resultado más exitosa ha sido la de “Conocemos intercambiamos”.



Fuente: <https://saharaponent.com/es/coneixem-intercanviem/>



Fuente: <https://saharaponent.com/es/coneixem-intercanviem/>

Este proyecto tiene como objetivo promover el intercambio cultural y educativo entre los niños del Colegio Doctor Serés d'Alpicat (Lleida) y el Colegio Víctimas de Swetto de Auserd (campo de refugiados saharauis en Tinduf, Argelia). Por tanto, es un intercambio de conocimientos y aprendizajes mutuos entre los dos colegios para enriquecer a toda la comunidad educativa.

Esta actividad, está adaptada a diferentes ciclos educativos, donde también intercambian materiales para la producción del proyecto. Durante el proyecto, otro objetivo que tienen es la realización de recogida de material escolar, ya que en los campamentos es muy escaso y eso les repercute en las posibilidades educativas que tienen los niños y niñas allí.

Para empezar, hacen una orientación adaptada a cada curso escolar de primaria en las escuelas catalán para que así los alumnos puedan conocer cómo se vive en el campamento. Todas las actividades están recogidas y vinculadas al proyecto Jóvenes a Terreno. Los jóvenes son los encargados de intercambiar los trabajos en los campos de refugiados.

En la Escuela Saharai, realizaron estas actividades con alumnos de un colegio de la provincia de Auserd. El proyecto elaborado por los alumnos del Sáhara son devueltos y procesados para los alumnos del colegio de Lleida que deciden qué nuevas actividades y materiales se desarrollarán en el próximo proyecto.

4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	saharaponent.com
-------------------	------------------

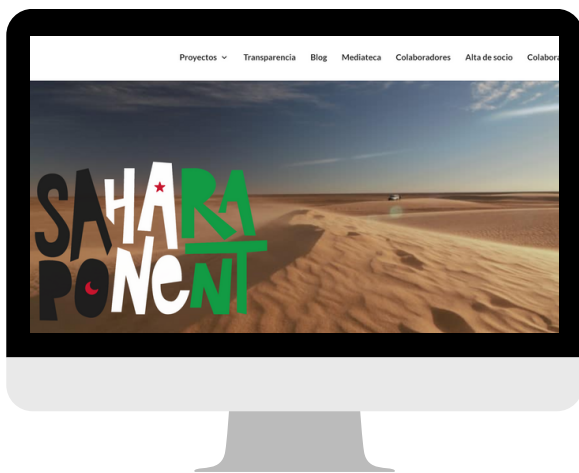
Su página web es muy visual y es muy fácil de navegar, ya que las diferentes secciones de interés son muy visuales porque lo encuentras al inicio de todo de la página. Consideramos que es apta para todo tipo de públicos y de la manera en la que se estructura la información, permite que los lectores se sepan ubicar dentro de ella con tal de resolver cualquier duda que les pueda surgir.

En cuanto a los colores que utilizan en la página web, podemos decir que siguen los corporativos de la entidad, que son el verde, el rojo, el negro y el blanco, creando así una relación constante de su imagen.

En la pantalla inicial, debajo del panel de las diferentes secciones de información, encontramos fotografías de como es el ambiente en el campo de refugiados, simplemente picando en las fechas que hay a cada lado, las puedes ver.

Siguiendo en la pantalla principal, justo abajo de las imágenes de entrada, vemos información descriptiva de la asociación, donde puedes informarte sobre quienes son y también sobre los que hacen según sus objetivos. Más abajo, hay una ilustración que es bastante simple, pero puedes entender la situación actual rápidamente que sufre el Sahara. Seguidamente, tienes la opción de ver un vídeo que acaba de completar la información del conflicto del Sahara y otro sobre las labores que realizan.

A continuación vemos su propio blog, pero desde hace meses no publican nada nuevo. El siguiente apartado que encontramos, es para que el usuario pueda ver de forma visual cuáles son los proyectos que han realizado, y picando sobre los nombres de cada uno, te llevan al resto de información de cada actividad. Y finalmente, tienen un calendario, donde su público puede revisar las fechas de cada acto que van a realizar.



Fuente: <https://saharaponent.com/es/coneixem-intercanviem/>

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Facebook - @saharaponent
-----------------------	--------------------------

- Número de seguidores: 125 seguidores
- Aproximación de me gustas: 117 likes
- Aproximación de comentarios por publicación: En los últimos meses ninguno

En su cuenta de Facebook podemos ver contenido informativo de la actualidad del Sahara, y actividades y proyectos que realiza la asociación. Añaden publicaciones habitualmente, siempre acompañados de algún soporte gráfico como fotografías, vídeos o dibujos. Con el contenido que suben en la cuenta, no consiguen mucha interacción, los me gustas son muy bajos y comentarios por parte de los usuarios casi no existen. También en sus publicaciones utilizan hashtags como #saharalliure, #saharalibre, #SaharaLliureJa, #freewesternsahara... Con tal de que llegue al máximo público posible, y conseguir más repercusión.

Al inicio de todo de la cuenta, vemos que ofrecen distintos medios de poder contactar con la asociación.

REDES SOCIALES	Instagram - @saharaponent
-----------------------	---------------------------

- Número de seguidores: 1.266 seguidores
- Aproximación de me gustas: Entre 35 y 115 likes en los últimos meses
- Aproximación de comentarios por publicación: Entre 0 y 4 comentarios en los últimos meses

Al inicio de todo de la cuenta no tienen información de quienes son ni de que hacen, solo un link que lleva directamente a su página web.

En su perfil de Instagram publican contenido muy similar a su cuenta de Facebook e incluso podemos ver que hay fotografías o vídeos repetidos, pero la parte positiva es que consiguen tener más alcance en este perfil. Con respecto a la interacción con los usuarios, podemos decir que consiguen más alcance a nivel de me gustas, y sobre todo si el contenido está en formato de vídeo. Los comentarios son bajísimos, hay varias publicaciones que no consiguen tener ninguno.

Las publicaciones son de calidad y suelen publicarse con regularidad. También publican anuncios de sus actividades antes de realizarlas para avisar a sus seguidores, normalmente están hechas a partir de carteles enunciativos. Aunque la gran cantidad de contenido subido en la cuenta son de fotografías de actividades realizadas con los niños, o del mismo campamento para que los usuarios puedan ver en que condiciones vive la gente en los campamentos.

4. Análisis del sector

4.1 Competencia

4.1.2 Competidores indirectos

La competencia indirecta que hemos elegido, son las asociaciones de: Cruz Roja, asociación Afanis y, finalmente, la asociación Amistad Saharaui. Estas, son asociaciones que ofrecen servicios parecidos a los de Sahara Horta, pero también ofrecen algunos otros que son distintos. En este caso, por lo general, las asociaciones de la competencia indirecta, a diferencia de Sahara Horta, se ubican en Cataluña, pero también en otras ciudades del estado Español.

En las siguientes páginas, hemos querido analizar la información principal de cada una de las asociaciones, sus distintas redes sociales, el contenido en las páginas web, las acciones realizadas por cada una de ellas y la campaña realizada con mejor resolución sobre la base de sus objetivos planteados.

COMPETIDOR INDIRECTO 1



COMPETIDOR INDIRECTO 2



COMPETIDOR INDIRECTO 3



4. Análisis del sector

Asociación de la Cruz Roja

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Cruz Roja
TIPO DE EMPRESA	Institución humanitaria, de carácter voluntario y de interés público.
AÑO DE FUNDACIÓN	El proyecto de acogida familiar de la Cruz Roja fue fundado en 1989.
LOCALIZACIÓN	Andalucía, Asturias, Cataluña, Castilla y León, Galicia, La Rioja y Murcia.
MISIÓN	Acoger temporalmente en su hogar a personas menores de edad como alternativa al acogimiento residencial.
VISIÓN	Generar vínculos jurídicos entre los adultos y los niños equiparables a la maternidad y paternidad biológica.
VALORES	Unión, solidaridad y caridad.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA	Programa de acogimiento familiar
----------------------	----------------------------------

El programa de acogimiento familiar es parte de los servicios de Cruz Roja para atender las necesidades de ciertos grupos de niños necesitados, y además, el programa refuerza el carácter voluntario de la organización.

El compromiso social de la familia de acogida y el sentido del cuidado gratuito y voluntario son dos elementos esenciales del acogimiento familiar que están directamente relacionados con la filosofía solidaria de Cruz Roja.



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Cruz Roja Española lleva más de 30 años realizando proyectos de acogimiento familiar, con el apoyo y financiación del actual Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, la Dirección General de Derechos de la Infancia y la Adolescencia y la administración territorial competente en materia de importación. El objetivo general es hacer efectivos los derechos de los niños y jóvenes a vivir y crecer en familia, manteniendo el propósito de satisfacer sus necesidades físicas, emocionales, cognitivas y sociales, y procurando regresar a sus familias de origen cuando sea posible.



Fuente: cruzroja.es

En este gráfico podemos ver como es el proceso de manera esquemática de la acogida de menores durante los meses de verano.

4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	cruzroja.es
-------------------	-------------

La página web de Cruz Roja sigue los colores acorde con su imagen corporativa. En ella, se puede encontrar todo tipo de información sobre sus actividades y campañas, que están explicadas con gran detalle. En general podemos decir que contienen muchos apartados organizados por secciones.

Se puede contactar con ellos a través de la página web, ya que cuentan con un excelente servicio al cliente. Por otra parte, también podemos mantener el contacto con la entidad a través de sus redes sociales o teléfono móvil.

En la pantalla inicial vemos un panel superior donde se puede encontrar todo tipo de información como: Lo que hacen, con lo que colaboran, una sección de voluntariado y la parte de formación. Seguidamente, en el panel, encontramos dos opciones, la primera para hacerte voluntario y la segunda por si te quieres hacer socio/a de la Cruz Roja.

Siguiendo la pantalla inicial, justo después del panel de opciones, encontramos la foto principal de la página, pero pulsando a los lados, encontramos una serie de fotografías, que te pueden llevar a la sección del tema que trata e informarte más a fondo. A continuación podemos ver una sección dedicada a distintas noticias del momento, relacionadas siempre con las acciones que promueven. También en esta pantalla, te informan de las campañas, proyectos principales y una zona dedicada a los portales de atención.

Aparte de la sección informativa que tiene el sitio web, también cuentan con un gran material fotográfico y videográfico.

Una parte muy interesante de la página, es que tienen una parte formativa, donde cualquier persona que esté interesada puede acudir.



Fuente: <https://www2.cruzroja.es/>

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Facebook - @cuzrojaespañola
-----------------------	-----------------------------

- Número de seguidores: 336 mil seguidores
- Aproximación de me gustas: Entre unos 30- 130, según el tipo de publicación
- Aproximación de comentarios por publicación: Entre 2 o 10 en los últimos meses

La cuenta de Facebook de la Cruz Roja, es del mismo estilo que el perfil activo que tienen en Instagram. Ya que siguen la misma línea estética.

En el inicio de la cuenta tienen muy poca información de ellos, aunque te facilitan su información y como poder contactar con ellos directamente.

La información que ofrecen a los lectores está muy bien estructurada y te dan la posibilidad de contactar con ellos desde distintos métodos a partir de la página inicial de la cuenta. Suben contenido regularmente y obtienen interacción con sus seguidores, más por la parte de me gustas ya que los comentarios son bajísimos. Las publicaciones que suben en el perfil son normalmente fotos tomadas por ellos mismos, videos o carteles hechos por ellos, por ese motivo obtienen tan buena calidad en todo tipo de imágenes.

REDES SOCIALES	Instagram - @cuzrojaesp
-----------------------	-------------------------

- Número de seguidores: 102 mil seguidores
- Aproximación de me gustas: El nivel de "me gusta" en las publicaciones varía considerablemente según el tipo de contenido. Al hablar de fotografías, algunas publicaciones han mantenido un promedio de alrededor de 100 "me gusta", mientras que otras han logrado alcanzar hasta 800 "me gusta". Sin embargo, en el caso de los reels, el alcance suele ser mucho mayor, llegando incluso a superar los 1.000 "me gusta". Es importante mencionar que algunas publicaciones de video siguen la misma tendencia que las publicaciones con contenido fotográfico.
- Aproximación de comentarios por publicación: Al rededor de los 0 a 10 comentarios durante los últimos meses.

La cuenta de Instagram de la Cruz Roja es de alta calidad, ya sea por el número de seguidores y la interacción que consiguen, como el gran nivel fotográfico y de vídeos que publican.

También tienen varias carpetas en sus historias destacadas, como por ejemplo: las campañas que han ido realizando, las innovaciones que tienen o las diferentes situaciones de emergencia, entre otros muchos temas. De todas las organizaciones analizadas, creemos que esta es la cuenta más bien estructurada y la más completa en cuanto a publicaciones.

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Twitter - @CruzRojaEsp
-----------------------	------------------------

- Número de seguidores: 129.3K seguidores
- Aproximación de me gustas: El Tweet anclado que tienen en el inicio de la página, es la publicación con más alcance en los últimos meses, el resto de contenido en cuanto a nivel de me gustas está alrededor de 20.
- Aproximación de comentarios por publicación: Durante los últimos meses, el nivel de comentarios ha sido muy bajo, ya que, hay publicaciones que no llegan a tener ningún tipo de comentario, y otras que como mucho llegan a los dos comentarios solamente.

A simple vista, podemos ver que se trata de una cuenta muy explicativa y detallada, ya que, desde el primer momento, ya te explican qué tipo de organización son. Suben mucho contenido y a veces publican hasta varias publicaciones en un mismo día.

El contenido del material publicado es muy similar a las demás cuentas de las distintas plataformas que a día de hoy tienen en activo. Siguen el color de su imagen con tal de que cuadre todo en su mismo estilo.

REDES SOCIALES	YouTube - @CruzRojaEsp
-----------------------	------------------------

- Número de seguidores: 22.400 suscriptores
- Aproximación de visitas: El número de visitas en un video varía significativamente según su tipo y el interés que genere. Aunque en general los videos suelen recibir un alto número de visitas, este puede variar considerablemente. Por ejemplo, en los últimos meses, el video con más visitas ha alcanzado las 2,4 mil visitas, a pesar de haber sido publicado hace 7 meses. Sin embargo, otro video publicado en torno a las mismas fechas ha tenido un alcance más limitado, con solo 500 visitas, siendo el video con menos alcance.
- Aproximación de comentarios por publicación: A nivel de comentarios, en los últimos meses hemos visto que no se han realizado por parte de los usuarios. Y a parte el nivel de me gustas varia mucho según el tipo de video.

El canal de YouTube de Cruz Roja España es una plataforma muy completa y detallada en cuanto a su contenido. Publican muy a menudo y todos los materiales audiovisuales tienen una temática distinta. Podemos encontrar vídeos sobre programas de aprendizaje, consejos, entrevistas e incluso alguna entrega de premios.

La mayoría de estos vídeos tienen las mismas visualizaciones que rondan los 500-700 espectadores, pero hay otras campañas que pueden llegar a los dos millones, como es el caso del vídeo que expone cuáles son sus principios como entidad.

4. Análisis del sector

Asociación Afanis

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Afanis (Asociación de familias de acogida de niños/as saharauis)
TIPO DE EMPRESA	Asociación sin ánimo de lucro.
AÑO DE FUNDACIÓN	Afanis fue fundada el 13 de diciembre de 2005.
LOCALIZACIÓN	Fundación de Vitòria-Gasteiz.
MISIÓN	Colaborar con el pueblo saharauí, en concreto con el proyecto “Vacaciones en Paz”.
VISIÓN	Sensibilizar a la sociedad y fomentar e impulsar el acercamiento entre las dos culturas.
VALORES	Visibilidad, colaboración, conocimiento,

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA	"Vacaciones en Paz"
----------------------	---------------------

Esta asociación tiene varios proyectos en marcha, pero ya desde la página inicial de su página web, te indican que su principal proyecto es el de Vacaciones en paz.

Este proyecto, se inició en 1986, con un grupo muy reducido de niños/as a pasar las vacaciones aquí en España. Ese primer grupo fue la avanzadilla del programa.

Este programa se desarrolla en colaboración con el Ayuntamiento de Victoria-Gastez y la Diputación Foral de Álava para conseguir que los niños que viven en campos de refugiados puedan pasar dos meses durante el verano con familias alavesas.

Las condiciones de vida en los campos de refugiados son extremas, no solo la falta de alimentos y de salud, pero también soportan las peores condiciones meteorológicas, con temperaturas en verano que superan los 55°.

Unos de los objetivos que tiene el programa es hacer lo posible para que estos menores conozcan una realidad distinta a la suya. Y también, de esta forma, pueden pasar sus vacaciones fuera de los campamentos saharauis donde intentan subsistir.



Fuente: <http://afanis.org/>

4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	afanis.org
-------------------	------------

La página web de esta asociación está muy bien organizada, ya que, nada más entrar, te salen en la pantalla principal los últimos proyectos que han ido realizando y toda la información sobre sus actividades. En la página, se puede ver que dan mucha importancia a su principal proyecto, que como se ha mencionado anteriormente, se trata del proyecto de Vacaciones en Paz.

Por lo general, podemos decir que no tienen muchos apartados, y en comparación a otras páginas similares cuentan con menos información detallada.

Dentro de esta página, tienen un blog, el cual está muy desactualizado, ya que desde 2020 no suben contenido. También hay un apartado en el que nos indican su correo electrónico y su teléfono móvil para que cualquier persona pueda contactar con ellos, ya que no disponen de redes sociales.

En la parte superior de la página, hay un panel con varias opciones, aunque no destaca demasiado debido al predominio del color rojo y su ubicación para otras secciones del sitio web. En dicho panel, encontramos las opciones de inicio, vacaciones en paz, contacto y blog. Además, también hay una opción para cambiar el idioma entre catalán y español.

Al entrar en la página principal, se presentan automáticamente una serie de fotografías con la frase "Ahora tengo dos familias" en letras grandes.

A continuación, en la página principal, se muestran los objetivos de la asociación y se proporciona información sobre las campañas de mayor interés. Al seguir desplazándose hacia abajo, se explica el proyecto "vacaciones en paz", que es la campaña más destacada que han logrado.

Por último, en la parte inferior de la página principal, se muestran los diferentes medios de contacto y la ubicación de la organización.



Fuente: <http://afanis.org/>

4. Análisis del sector

Asociación Amistad Saharaui

Análisis de la empresa:

NOMBRE DE LA ASOCIACIÓN	Amistad Saharaui
TIPO DE EMPRESA	Asociación sin ánimo de lucro.
AÑO DE FUNDACIÓN	Amistad Saharaui se constituye a mediados de enero de 1976.
LOCALIZACIÓN	C/ Celso Emilio Ferreiro, 5. 28100 Alcobendas (Madrid).
MISIÓN	Que el pueblo saharai consiga su legítimo derecho de autodeterminación.
VISIÓN	Procuran la observación de los derechos humanos en los territorios ocupados.
VALORES	Libertad, cuidado, unión.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

MEJOR CAMPAÑA	"Vacaciones en Paz"
----------------------	---------------------

Aparte de otras campañas y actividades que tienen en funcionamiento, la que se puede ver que están más involucrados y hacen más presión para dar visibilidad, es el proyecto de Vacaciones en Paz, como hemos visto también en otras asociaciones anteriormente.

La Asociación de Amigos del Pueblo Saharaui de Alcobendas lleva desde 1996 realizando este programa, que pretende lograr que los niños y niñas puedan vivir durante los meses de verano fuera de los campamentos de refugiados.

Este proyecto, también tiene como objetivo, poder dar de comer a todos esos niños con la posibilidad de consumir las proteínas y vitaminas que allí en el campo de refugiados muchas veces no pueden tener, ya que dependen de ayuda internacional, donde el proceso es muy lento y muchas veces se deteriora por el clima y transporte. Muchas de estas veces, la comida llega caducada, o incluso les puede ocurrir que ni llegue a su destino final.

Comentan que las familias españolas de acogida temporal, dicen que cada verano estos niños y niñas Saharais les dan mucho más que cosas materiales y creen que ellos llegan a prender más que los niños y niñas que acogen.

El proyecto no pretende ser una vía de escape de las condiciones de vida en el Sáhara, para no volver jamás. Los niños y niñas saharais regresan a casa con el deseo de volver a ver a sus familiares. Viven en perfecta armonía. El entorno de su hogar es fundamental para su estabilidad y bienestar.



Fuente:
<https://amistadsaharai.org/>



Fuente:
<https://amistadsaharai.org/>



Fuente: <https://amistadsaharai.org/>

4. Análisis del sector

PÁGINA WEB	amistadsaharai.org
-------------------	--------------------

La página web de la asociación es muy atractiva visualmente, y también está muy bien organizada a nivel de información para que los usuarios se centren rápidamente en las labores que llevan a cargo.

Aparte de la información de la propia asociación y de las diferentes actividades que realizan, también hay un apartado dedicado a la historia del conflicto del Sahara.

Dentro de la página, existe un apartado que lo han destinado a hacer un blog de diferentes noticias que tienen. Suelen colgar noticias a este blog una o dos veces al mes, cosa que te permite hacer un seguimiento y estar al día de los nuevos acontecimientos.

En esta página, también tienes la facilidad de contactar con ellos de forma rápida a través de correo electrónico, su cuenta de Facebook y su número de teléfono móvil. Puedes encontrar estos diferentes contactos en la parte superior de la página principal.

Continuando en la pantalla principal, encontrarás un panel con varias opciones que te permitirán informarte sobre los proyectos de la asociación, quiénes son, su agenda y cómo puedes colaborar. Justo debajo de este panel, se muestran una serie de fotografías que se desplazan automáticamente, pero también puedes cambiarlas manualmente utilizando las flechas laterales. Estas fotografías son ejemplos de proyectos realizados y se muestran de manera prominente en la página principal para que los usuarios puedan ver el tipo de trabajo que llevan a cabo.

Más abajo en la página principal, se encuentran secciones de mayor interés que están resumidas para captar la atención del público. Estas secciones incluyen su blog, con las dos últimas noticias destacadas, un resumen de sus proyectos en una frase y una explicación visual de las diferentes actividades que realizan.



Fuente: <https://amistadsaharai.org/>

4. Análisis del sector

REDES SOCIALES	Facebook - @amigosdelpueblosaharai
-----------------------	------------------------------------

- Número de seguidores: 5,5 mil seguidores
- Aproximación de me gustas: 5,4 mil Me gusta
- Aproximación de comentarios por publicación: Durante los últimos meses, hemos analizado que sus publicaciones no tienen comentarios, excepto dos que tienen 1 y la otra 2 comentarios.

La cuenta de Facebook de Amistad Saharaui, tiene un gran nivel de seguidores, aunque la interacción es bajísima.

Suelen publicar contenido de la asociación y también publican gran cantidad de vídeos y fotografías sobre la situación del Sahara, por tal de poder llegar a visualizar más la grave situación y poder concienciar a la ciudadanía. Su contenido publicado suele ser en formato de fotografía de video o de carteles gráfico o dibujados, son de gran calidad, de tono informativo y de fácil comprensión.

En pocas publicaciones hacen el uso de hashtags, y esta herramienta no la usan lo suficiente para poder llegar a tener más visibilidad.




La interacción con sus seguidores no es su punto fuerte y el feedback por parte de éstos tampoco, ya que los me gustas y comentarios que reciben son prácticamente inexistentes.

Al inicio de todo de su cuenta de Facebook, encontramos su ubicación exacta, y distintas formas de contacto para hablar con ellos.

4. Análisis del sector



4.2 Análisis de la comunicación de la competencia

4.2.1 Comunicación de la competencia directa

Marca	Posicionamiento	Reason why	Soporte	Tono	Target
	Solidaridad, visibilidad y apoyo.	Apoyo a los campamentos de refugiados.	Publicidad offline, redes sociales y página web.	Directo y reivindicativo.	Familias con interés en acoger a niños/as.
	Confianza y ayuda.	Concienciar a la población de la situación del Sahara.	Publicidad offline, redes sociales y página web.	Claro y directo.	Familias con interés en acoger a niños/as.
	Colaboración, ayuda y apoyo.	Promover y coordinar el apoyo humanitario.	Publicidad offline, redes sociales y página web.	Humano y reivindicativo.	Familias con interés en acoger a niños/as.

Fuente: Propia

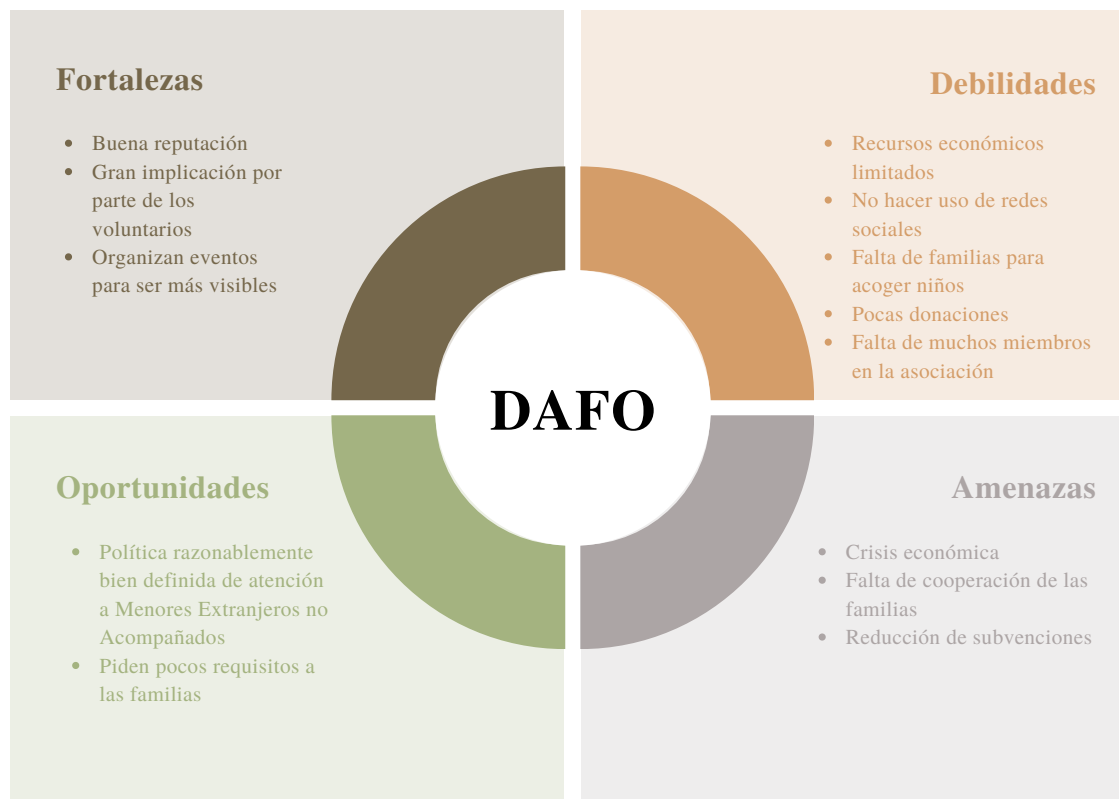
4.2.2 Comunicación de la competencia indirecta

Marca	Posicionamiento	Reason why	Soporte	Tono	Target
	Unión, solidaridad y caridad.	Generar vínculos entre los adultos y los niños/as.	Publicidad offline, redes sociales y página web.	Cercano y directo.	Familias con interés en acoger a niños/as.
	Visibilidad, conocimiento y colaboración.	Colaborar con el pueblo saharauí y sensibilizar a la sociedad.	Publicidad offline, y página web.	Humilde y cercano.	Familias con interés en acoger a niños/as.
	Libertad, cuidado y unión.	Suavizar la dura estancia de los refugiados en el desierto.	Publicidad offline, redes sociales y página web.	Claro y muy cuidado.	Familias con interés en acoger a niños/as.

Fuente: Propia

4. Análisis del sector

4.3 Análisis DAFO



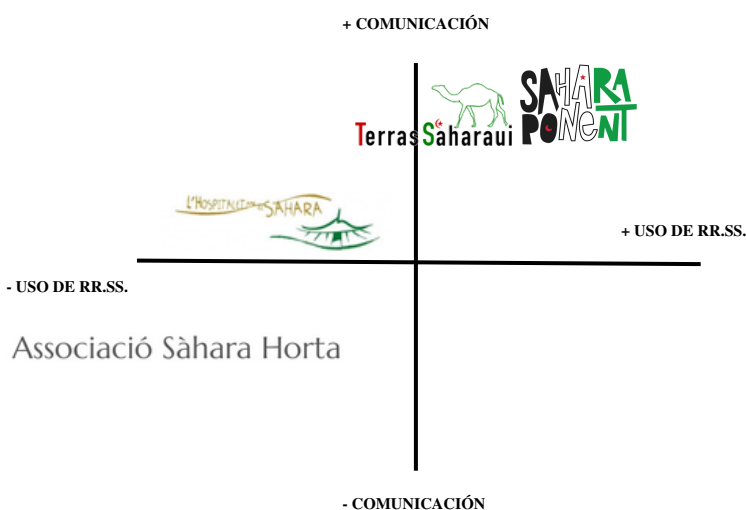
Fuente: Propia

4. Análisis del sector

4.4 Mapas de posicionamiento



Para realizar este mapa de posicionamiento hemos querido analizar la cantidad de actividades que se organizan dentro de cada una de las asociaciones y como comunican y dan a conocer estas iniciativas a su público objetivo. Según estos ejes, podemos ver que L'Hospitalet amb el Sahara y la asociación Sahara Horta, son las entidades que más actividades organizan. La única diferencia que existe entre ellas, es que, en el caso de la asociación de L'Hospitalet amb el Sahara saben comunicar y dar visibilidad a todas estas iniciativas y, en cambio, desde la asociación de Sahara Horta no saben difundir ni dar a conocer esta información, ya no que no cuentan con redes sociales. Aun así, podemos ver como la manera de comunicar es muy similar, ya que utilizan una comunicación más afectiva y directa y sus actividades suelen estar más enfocadas en la ayuda humanitaria y el desarrollo comunitario. Por otro lado, podemos ver como en Terras Saharai y Sahara Ponent no realizan tantas actividades para dar a conocer sus servicios. Aun así, podemos ver como las pocas actividades que se llevan a cabo en ambas organizaciones están más enfocadas en la sensibilización y en la educación sobre la cultura saharai. En este caso, la manera de comunicar es bastante diferente a las asociaciones de L'Hospitalet amb el Sahara y Sahara Horta, ya que, no utilizan un tono directo y efectivo, sino que, utilizan una comunicación más simbólica y creativa.



Este segundo mapa, lo hemos decidido realizar, ya que si la comunicación y sus redes sociales no funcionan, las asociaciones no consiguen poder tirar adelante con sus propósitos y objetivos. Hemos podido ver, que las asociaciones que están en los últimos puestos, son los que finalmente no tienen tanta ayuda para poder realizar sus proyectos y les cuesta más avanzar.

En este caso, las posiciones más altas son para Terra Saharai, y Sahara Ponent. Estas asociaciones cuidan mucho la forma de comunicarse hacia su público y la estética es muy adecuada tanto en sus redes sociales como en la página web. El puesto más bajo, es para Sahara Horta, ya que, a día de hoy, no dispone de ningún tipo de plataforma activa en redes sociales. Justo en el centro, hemos situado la entidad de L'Hospitalet amb el Sahara, porque dispone de redes sociales y página web, pero su comunicación e imagen no tienen tanta repercusión en su público.

5. Conclusiones

Habiendo hecho un análisis exhaustivo sobre la situación del conflicto del Sahara y sobre la asociación de Sahara Horta, podemos destacar algunos puntos importantes.

En primer lugar, uno de los aspectos más relevantes y sin los cuales una compañía no puede evolucionar son los objetivos de marca. En el caso de Sahara Horta, podemos decir que tienen unos objetivos bastante marcados y claros.

Años atrás, el tema del conflicto del Sahara Occidental estaba en muchos medios de comunicación y era un tema que estaba muy presente en la sociedad y, por desgracia, actualmente es todo lo contrario, ya que la sociedad considera que hay conflictos mucho más importantes que éste y por este motivo los medios han dejado de comunicar dicha información. Así pues, Sahara Horta, lo que pretende, es divulgar toda esa información para que los ciudadanos sean realmente conscientes de ello. Un punto negativo que debemos recalcar es que, por falta de tiempo y dedicación, como nos comentaba una de las fundadoras de la asociación, no saben difundir esa información, ya que no disponen de redes sociales y la mayoría de las personas que colaboran con la asociación son personas que forman parte de una generación más adulta y no dominan las nuevas tecnologías.

Por otra parte, uno de los puntos clave de la asociación que hace que realmente se diferencien de su competencia, son los proyectos que organizan y que llevan a cabo a nivel interno. Uno de los proyectos que más nos llamaron la atención fue el de las cooperaciones de ovejas. Por otro lado, también queremos mencionar las charlas que organizan en los colegios, que también nos parece un proyecto realmente concienciador, ya que, inculcar esos valores y hacer que estos niños sean realmente conscientes de la situación que se está viviendo en los campos de refugiados, es algo que les va a hacer cambiar su percepción de vida a largo plazo.

Por último, otro de los puntos que queríamos recalcar es que, al contrario de otras entidades, los requisitos de las familias para poder acoger a niños/as saharauis no son para nada estrictos, ya que lo pueden hacer familias con o sin hijos, familias monoparentales, familias con dos personas del mismo sexo e incluso familias de una edad más avanzada.

6. Objetivos

6.1 Objetivos generales

Nuestro principal objetivo es incentivar a las familias de Cataluña a que acojan a niños/as saharauis durante los meses de verano. Para ello, creemos que la herramienta que nos va a dar una mayor visibilidad y a través de la cual podremos llegar a mucho más público es organizando un evento benéfico para la asociación de Sahara Horta. Con esto, pretendemos dar visibilidad y dar a conocer los servicios que se ofrecen desde la entidad y, de esta manera, concienciar al resto de la sociedad de la importancia que tiene la acogida de menores, y los beneficios que a ellos les suponen.

Este evento se llevará a cabo el domingo 25 de agosto de 2024, cuando los niños/as ya estén en España. De esta manera, los invitados podrán ver en primera persona como se trabaja dentro de la asociación y como es el proceso de acogida y quizás se replanteen acoger a menores para el próximo verano 2025.

6.2 Objetivos específicos

En cuanto a los objetivos específicos, nuestro propósito es generar un impacto significativo en nuestro público. Para lograr esto, estableceremos varios objetivos que abarquen distintas categorías, con el fin de informar a la sociedad y transmitir nuestro mensaje de la manera más efectiva posible, captar la atención de nuestra audiencia mediante la comunicación de dicho mensaje, haciendo que haya una mayor conexión con nuestra entidad y, por último, impulsar un cambio en el comportamiento de nuestro público objetivo.

Para transmitir el mensaje y hacer que nuestro público lo perciba, lo entienda y lo retenga de la mejor manera posible, pretendemos:

- Dar a conocer los servicios que se ofrecen desde Sahara Horta a todos los asistentes que acudan durante el día que va a transcurrir el evento.
- Hacer que durante el día del evento, todos los invitados conozcan el proceso de acogida de menores y a sus respectivas familias de acogida.
- Transmitir los valores de la entidad a todos los asistentes durante el evento.
- Transmitir el mensaje del evento a un 30% de los oyentes que escuchen la emisora de Radio de Horta-Guinardó.

Con el mensaje y la información ya transmitida, queremos llamar y captar la atención de nuestro público objetivo con la finalidad de hacer que tengan una mejor vinculación con la entidad. Para ello, pretendemos:

- Hacer que los todos invitados al acto perciban, se identifiquen y sientan interés con el tema del Sahara Occidental y del proceso de acogida de menores saharauis.
- Hacer que todas las familias y el resto de invitados empaticen con todos esos niños/as saharauis.
- Llegar a concienciar un 20% más de personas para el próximo verano 2025 de la importancia que tiene la acogida de menores.

Una vez hayamos captado la atención de nuestro público, queremos que éstos actúen y hagan un cambio en su comportamiento y en su manera de pensar respecto al tema de la acogida de menores. Por ello, queremos:

- Hacer que como mínimo, el 50% de las personas que acudan al acto, es decir, 75 personas, quieran ser voluntarios de Sahara Horta en el verano de 2025.
- En el caso de que acudan personas que no quieran o no puedan acoger a menores, pretendemos incentivar a que hagan donativos para estos niños y se conviertan en socios de Sahara Horta desde el día del evento.
- Llegar a alcanzar un 20% más de acogidas en el próximo verano 2025.

7. Público objetivo

7.1 Público principal / directo

En este caso, nuestro público directo serían todas aquellas personas o familias residentes en Cataluña que acudan al evento que se va a organizar desde Sahara Horta. Esto incluye:

- Personas o familias interesadas en llevar a cabo el proceso de acogida de menores del Sahara a durante los meses de junio, julio y agosto.
- Personas o familias que no quieren llevar a cabo el proceso de acogida de menores, sino que prefieren hacer donativos para la asociación, sin necesidad de acoger a niños/as durante los meses de verano.
- Personas que, aunque no quieran acoger a menores ni hacer ningún tipo de donativo, quieran ser voluntarias en un futuro dentro de la organización.

7.2 Público secundario / indirecto

El público indirecto, hace referencia a todas esas personas o familias que no pueden o no quieren acudir al evento, pero que de alguna manera queremos hacerles llegar nuestro mensaje indirectamente. Para ello, vamos a llevar a cabo distintas acciones de comunicación online, offline y acciones de sreet marketing.

7.3 Listado de invitados

- Máximos representantes de "Sahara Horta"
- Voluntarios de "Sahara Horta"
- Socios de "Sahara Horta"
- Familias de acogida del proyecto de "Vacances en Pau" del verano 2023
- Niños/as saharauis del proyecto "Vacances en Pau" del verano 2023
- Futuras familias de acogida
- Personas interesadas en la asociación y en el proyecto de "Vacances en Pau"

En cuanto a los niños/as saharauis y a sus respectivas familias de acogida, podemos decir que éstos, van a ser invitados a través de e-mail, es decir, un mes antes de la fecha de evento, se les enviará un e-mail a todos esos padres con una invitación en la que habrá toda la información necesaria para poder acudir al acto. Por otra parte, también se les adjuntará una ficha u hoja de confirmación e información complementaria que deberán rellenar, tanto si pretenden asistir al evento como si no, quince días antes de la fecha estimada.

8. Mensaje a transmitir

8.1 ¿Qué queremos comunicar?

Desde Sahara Horta, queremos dar visibilidad a la campaña que se lleva a cabo año tras año en la asociación llamada "Vacances en Pau".

Queremos transmitir y dar a conocer el conflicto que está sucediendo en el Sahara Occidental y hacer ver como están viviendo todos esos niños/as saharauis en los campamentos de refugiados. El mensaje que queremos transmitir a la sociedad es hacerles ver la importancia que tiene la acogida de menores para todos esos niños/as, ya que, consideramos que es un tema del que se habla muy poco hoy en día y queremos darle la importancia que se merece.

8.2 ¿Cómo vamos a comunicar y a transmitir este mensaje?

Para poder hacer llegar este mensaje a un mayor número de público posible, desde Sahara Horta, se va a organizar un evento para todas esas personas interesadas en el tema. En el acto, también van a acudir niños/as del Sahara para que los asistentes puedan vivir el proceso en primera persona.

Queremos que todas esas familias que estén interesadas en acoger a menores saharauis, asistan al evento para informarse y ver en primera persona como son esos niños/as y como se adaptan a la vida de nuestro país. De esta manera, pretendemos que el verano 2024, haya más familias que realicen el proceso de acogida.

9. Localización y fecha

9.1 Localización / ubicación del acto

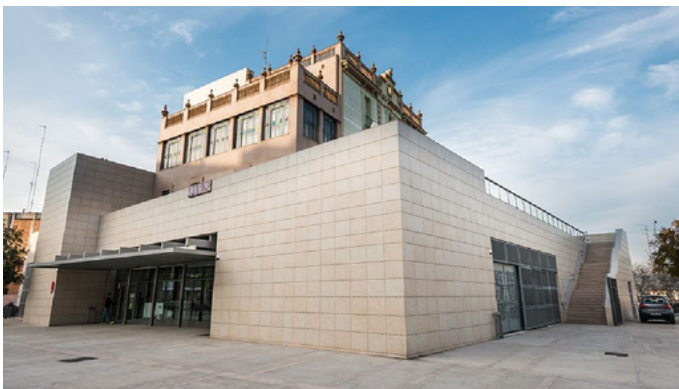
El Casal d'Entitats Mas Guinardó será la sede del evento ya que se encuentra ubicado en pleno centro del barrio de Horta-Guinardó y es de fácil conectividad y accesibilidad para los invitados. Al mismo tiempo, dispone de salas adecuadas para realizar todas las actividades que se tienen previstas desarrollar en el evento.

Consideramos que es el lugar idóneo para organizar este acto, ya que, se trata de una equipación municipal de proximidad que actúa como promotor de la vida social y asociativa del barrio. "Su uso está orientado a apoyar a entidades, grupos estables, informales, vecinos y vecinas del barrio y del Distrito, así como a la acogida, la convivencia, la dinamización y la promoción social y cultural de estos". (De Barcelona, s. f.).

Como hemos mencionado anteriormente, el casal está ubicado en el pleno centro del barrio de Horta-Guinardó y es de muy fácil accesibilidad, ya que, dispone de una parada de metro y una parada de autobús a unos pocos minutos de la localización. Aun así, también se puede acceder en vehículo propio, ya que dispone de plazas de parkings cerca de la localización.

Para el desarrollo de las diferentes actividades, vamos a utilizar diferentes salas. En total, contaremos con cuatro salas distintas y toda la parte exterior del casal.

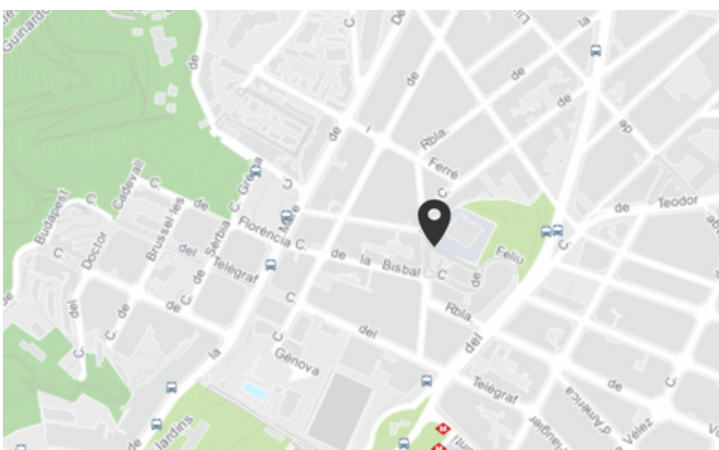
CASAL D'ENTITATS MAS GUINARDÓ



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Maps



Fuente: Google Imágenes

9. Localización y fecha

9.2 Fecha del evento

El evento se llevará a cabo el último fin de semana del mes de agosto de 2024, concretamente el domingo 25 de agosto.

Hemos escogido ese último fin de semana, ya que, los niños/as de acogida aún están en España y queremos despedirlos a todos ellos y a sus respectivas familias de acogida por todo lo alto y de una manera mucho más cercana a ellos, con la finalidad de que ambos públicos vuelvan a repetir la experiencia en un futuro.

Las familias que no sean de acogida, podrán vivir y disfrutar de la experiencia en primera persona y ver como se comportan y conviven todos esos niños en un país que no es el suyo.

Por otro lado, creemos que, organizar un acto de este tipo un domingo, es mucho más probable que los invitados puedan asistir y estar todo el día con nosotros, ya que, al ser un día no laborable, los padres tienen mucha más disponibilidad y flexibilidad en sus horarios.

Se trata de un evento que durará todo el día, es decir, empezará a las 12:00h del mediodía y terminará sobre las 20:00h de la tarde aproximadamente. Esto va a hacer que las personas que no puedan acudir por la mañana, puedan hacerlo por la tarde, o al contrario.



AGOSTO 2024

L	M	X	J	V	S	D
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

10. Estrategia creativa

Para que nuestro acto siga un hilo creativo y tenga una coherencia durante todo el proceso, hemos tenido en cuenta diferentes aspectos.

En primer lugar, queremos presentar una variedad de conceptos creativos que hemos evaluado y seleccionado como los más representativos y estrechamente relacionados con el Sahara. Para describir la experiencia, hemos detallado las diversas texturas presentes, tales como la arena del desierto, el cuero y la lana, así como los colores que predominan en la zona: el beige de la arena, el marrón de las rocas y las áreas húmedas de la tierra, y el rojo en algunas partes donde el suelo es de este color. También hemos incluido descripciones de los aromas presentes, que incluyen el olor del incienso, la tierra seca, las hierbas y las especias. Nuestro público también tendrá la oportunidad de probar sabores como los dátiles, el cuscús, el té de menta y diferentes especias. En cuanto a los objetos presentes, se podrán ver instrumentos, utensilios de cocina y otros elementos culturales. Estos conceptos nos han ayudado a inspirarnos y a crear una estrategia creativa para la organización del acto.

Para empezar, queremos que la sede del evento esté ambientada con materiales, olores, texturas, objetos y colores representativos del Sahara. De esta forma, pretendemos hacer que los invitados puedan vivir la experiencia y ponerse en la piel de todas esas personas saharauis que residen en los campamentos de refugiados y vivir una experiencia que podrán descubrir a través de los cinco sentidos.

En cada una de las salas, hemos querido representar escenarios cotidianos del día a día en los campamentos de refugiados. Para que sea lo más realista posible, vamos a utilizar objetos típicos del país como por ejemplo, telas, instrumentos y materiales reciclados, entre otros.

Para crear una sensación más intensa y hacer que la experiencia sea aún más sensorial, vamos a hacer uso de aromas fuertes y relajantes, como es el caso del incienso y colores que representen los paisajes más emblemáticos de la zona, como es el caso, de los colores tierra, los tonos verdes, naranjas y rojos. Durante todo el acto, la gente que acuda podrá disfrutar de música tradicional saharai y hacer que conozcan más su cultura.

Para terminar esta experiencia sensorial, nuestro público también tendrá la oportunidad de probar la comida típica del Sahara.

A través de nuestro claim que es "Comparte tu verano para dar vida", hemos querido que cada persona que por lo menos, lea una vez la frase, tenga la oportunidad de poder reflexionar si querría ayudar en el proyecto "Vacances en pau" el próximo verano 2025.

En resumen, podemos decir que, a partir de nuestra estrategia creativa durante la realización de este acto, lograremos presentar un concepto solidario y original y proyectaremos la temática del proyecto de forma atractiva. Por otra parte, se dará la oportunidad de que los visitantes vivan una experiencia multisensorial, haremos que el público ayude en la participación del acto, y enfocaremos en detalle toda la producción, la decoración, el sonido y la iluminación para hacer que el acto destaque y sea más atractivo para el público.

11. Desarrollo del evento

11.1 Descripción del evento



CASAL D'ENTITATS MAS GUINARDÓ

Localización: Plaça de Salvador Riera, 2

Teléfono: 934 46 14 29

Código postal: 08041, Barcelona

Día del evento: Domingo 25 de agosto de 2024

Hora del evento: De 12:00h a 20:00h

Un mes antes de la celebración del acto, vamos a enviar las invitaciones a todos nuestros invitados a través de e-mail para que puedan organizarse en sus agendas. También, vamos a planificar todas las acciones tanto online como offline para comunicar dicho acto a otros miembros que quieran acudir. Los invitados, deberán confirmar su asistencia 15 días antes del acontecimiento.

INVITACIÓN A TRAVÉS DE EMAIL QUE SE LES ENVIARÁ A LOS INVITADOS (Enviado un mes antes del acto)

Para: Familias de acogida de la asociación de "Sahara Horta"

De: Miembros de la asociación de "Sahara Horta"

Asunto: Evento de despedida y celebración del trigésimo aniversario de "Sahara Horta"

Estimados familiares,

En nombre de la asociación de "Sahara Horta", queríamos invitarles al acto de despedida y de celebración del trigésimo aniversario de la entidad que tendrá lugar en el Casal d'Entitats Mas Guinardó, el próximo domingo 25 de agosto de 2024. El evento empezará a las 12:00h del medio día y finalizará a las 20:00h de la tarde aproximadamente.

Es imprescindible que antes del domingo 13 de agosto se confirme asistencia a través del documento que se les adjuntará a continuación, llamado "Hoja de confirmación e información complementaria".

Notas de interés:

- Acceso: El acceso será por Plaça de Salvador Riera, 2, 08041 Barcelona y se podrá acceder tanto en transporte público como en vehículo propio.
- Entrada: Para poder acudir al evento, las personas interesadas, deberán comprar una entrada a través de nuestra página web. El precio de la entrada es de 7 euros por persona y todo el dinero recaudado, irá destinado a los campamentos de refugiados del Sahara.
- Derechos de imagen: Es necesario confirmar y aceptar los derechos de imagen, tanto propios como los de sus hijos/as, para poder asistir al evento.

Muchas gracias y esperamos verle muy pronto,

El equipo de "Sahara Horta".

Fuente: propia

11. Desarrollo del evento

Para poder asistir al evento, las personas interesadas deberán comprar una entrada a través de la página web de Sahara Horta, que tendrá un precio de 7 euros por persona. Todo el dinero recaudado con la venta de las entradas, irá destinado a los campamentos de refugiados. El acto estará abierto al público desde las 12:00h del medio día, hasta finalizar a las 20:00h de la tarde.

MOCKUP DE DONDE SE PODRÁN COMPRAR LAS ENTRADAS EN LA PÁGINA WEB DE SAHARA HORTA



Fuente: propia

Como se ha mencionado previamente, la actividad principal del evento consistirá en un museo experiencial. Este museo ofrecerá un total de 15 turnos con un recorrido de 30 minutos en el que un grupo de voluntarios de la asociación actuará como guía para cada agrupación de visitantes, limitado a un máximo de 10 personas por grupo, por lo que contamos con un aforo máximo de 150 personas. Al tener una duración de 30 minutos por turno, esto nos va a permitir que cuando el primer grupo de 10 personas esté llegando al final del recorrido, el segundo turno ya habrá iniciado su recorrido por el museo.

En el sitio web de Sahara Horta, se incluirá una sección con información relevante acerca del evento. En dicha sección, se mostrará una pestaña que contendrá una lista con los quince turnos, clasificados por horas, para que los asistentes se inscriban en el turno que deseen, teniendo en cuenta que cada grupo debe tener un máximo de 10 personas. Durante el recorrido, los voluntarios de la entidad ejercerán como guías y ofrecerán explicaciones detalladas acerca de lo que los visitantes encontrarán en cada una de las salas. Durante todo el recorrido se podrá disfrutar de canciones típicas saharauis para ambientar el espacio, y, además, la sede estará impregnada del aroma característico de la zona, el incienso, para hacer que la experiencia sea mucho más sensorial.

11. Desenvolupament de l'esdeveniment

MOCKUP DE LOS TURNOS EN LA PÁGINA WEB DE SAHARA HORTA

Associació Sàhara Horta
Per a més informació contacta'ns:

Número de telèfon
624 71 87 67

Correu electrònic
saharahorta@yahoo.es

Horari
Dill - Div: 9h a 19h

EL SÀHARA OCCIDENTAL ▾ QUÈ FA SÀHARA HORTA ▾ VACANCES EN PAU ▾ CONTACTE BLOG Q

CONTACTA'NS

[Pàgina de Início](#) > [CONTACTA'NS](#)



ESDEVENIMENT BENÈFIC DE SAHARA HORTA

25/08 / 2024 de 12:00h - 20:00h

Diumenge 25 d'agost de 2024

Vine a gaudir d'un dia ple d'activitats i tallers per a totes les edats, així com un petit museu experiencial on podràs conèixer els nostres objectius i qui som. No et perdís l'oportunitat de fer costat a aquesta gran causa mentre et diverteixes i aprens sobre una cultura fascinant!

RESERVA EL TEU TORN

Nom i cognoms

Torn:

Fuente: propia

11. Desarrollo del evento

A continuación, vamos a explicar detalladamente las salas que se van a utilizar para ello, y cuáles son las actividades que se irán desarrollando a lo largo del recorrido.

El museo estará dividido en tres salas principales (sala 3, sala 4 y sala 5). Cada una de estas salas, estará adaptada para distintos objetivos y en ellas, se van a llevar a cabo varias actividades. Para ir descubriendo más curiosidades acerca del Sahara y de la asociación, los asistentes deberán seguir un recorrido, empezando por la sala 3 y acabando en la sala 5.

Empezaremos la visita por la primera sala (sala 3), donde la gente podrá conocer el conflicto del Sahara y la evolución que ha tenido a lo largo de los años. Hemos decidido que sea la primera información que expongamos, para poder situar a la gente sobre el tema que queremos tratar a continuación. Esta sala es una de las más pequeñas que vamos a utilizar durante el museo.

SALA 3 - PRIMERA PARTE DEL MUSEO - HISTORIA Y CONFLICTO DEL SAHARA

- **Objetivo:** Esta sala está pensada en explicar la situación del Sahara desde sus inicios hasta el día de hoy. También explicaremos cómo está involucrada la asociación y en qué aspectos beneficia a la gente que vive en los campamentos de refugiados.
- **Ejecución:** Para empezar la visita al museo, se crearán paneles informativos que presenten la información de manera clara y atractiva. Utilizaremos colores y gráficos para resaltar los datos importantes y nos aseguraremos de que el texto sea legible y fácil de entender, sin que la información esté sobrecargada. A partir de la aplicación “Artivive”, vamos a dar vida a las obras y dibujos de la exposición a través de los teléfonos móviles de nuestros visitantes. A partir de esta aplicación, vamos a agregar contenido en "AR" para contar la historia del Sahara y poder mostrar información adicional sobre ella. De esta forma el público podrá entender de una forma visual y mucho más simple lo que les contamos. Además, cada guía estará disponible para contar la evolución del conflicto y responder cualquier duda que surja en su grupo, garantizando que todos los visitantes tengan conocimiento de la situación del Sahara.
- **Separación entre las secciones del museo:** En esta primera sala, podremos ver la información colgada en paneles y biombos colocados en forma de cuadrado. Éstos son plegables y son una muy buena opción económica y versátil para dividir las salas del museo.



Fuente: Google Imágenes



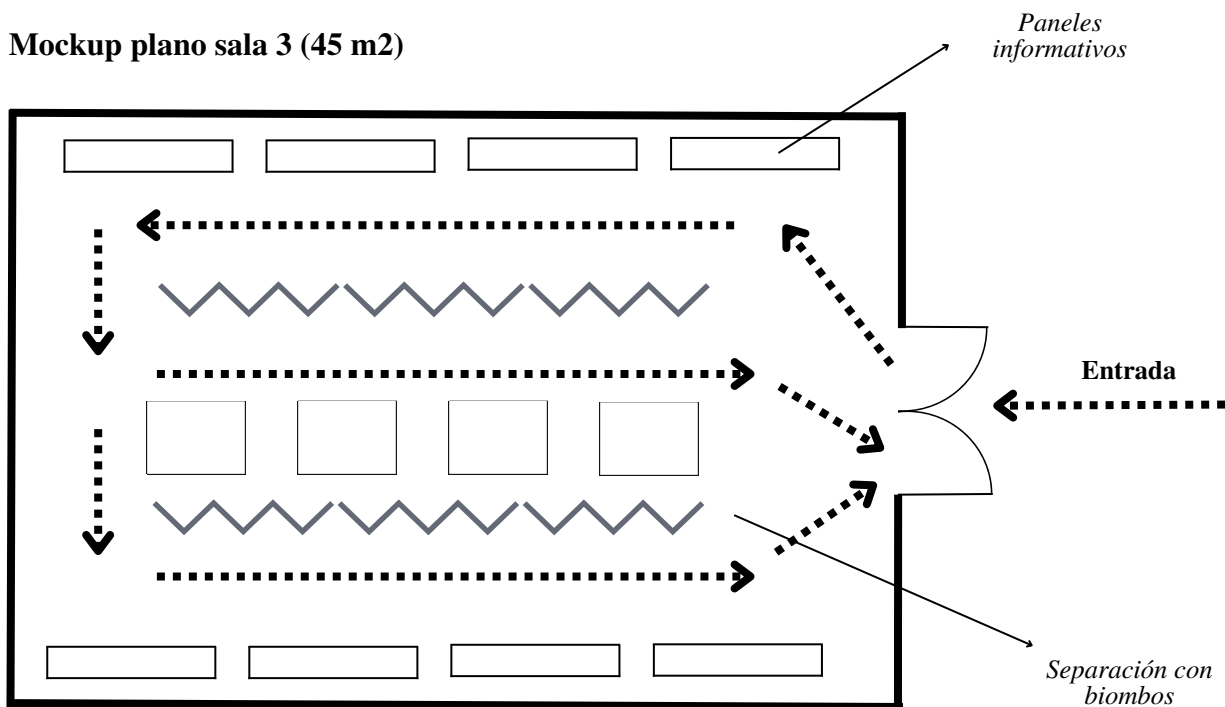
Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

11. Desarrollo del evento

Mockup plano sala 3 (45 m2)



Fuente: Propia

Seguidamente, pasaremos a la segunda sala, que es la sala número 4, donde habrá creada una simulación de los campamentos de refugiados, que es donde viven los niños del proyecto “Vacances en Pau”. En esta habitación la gente podrá conocer las condiciones de vida que tienen los Saharauis en el desierto. Esta sala mide 88 m2.

SALA 4 - SEGUNDA PARTE DEL MUSEO - CAMPAMENTOS DE REFUGIADOS

Objetivo: Que los visitantes puedan recrear cómo vive la gente dentro de los campos de refugiados. De esta forma, creemos que es la manera más real de mostrarles las condiciones de vida que tienen todas esas personas que viven en estas condiciones.

Ejecución: En este caso, simularemos una pequeña parte de los campamentos de refugiados, intentando crear el ambiente lo más real posible. Para ello, vamos a recrear las casas y los hogares donde viven los saharauis, utilizando materiales reciclables, tal y como lo hacen en su día a día.

La primera vivienda estará construida con botellas de plástico rellenas de arena, y la segunda estará creada a partir de telas. Esas “casas” que están construidas con telas, reciben el nombre de Jaimas.

En el interior de la primera casa, podremos ver que estará ambientada tal y como lo decoran las personas del Sahara. Es decir, estará detallada con objetos cotidianos que utiliza la gente para su día a día, como por ejemplo, un colchón fino de espuma y alguna manta.

La segunda vivienda, estará cubierta de telas de colores y el suelo estará cubierto por alfombras. También se van a colocar cojines con tal de que los invitados puedan sentarse y acomodarse. En su interior, pretendemos introducir diferentes instrumentos típicos de la región donde está situado el campamento de refugiados. De esta forma, impulsamos su cultura y la gente podrá probar a tocar alguno de estos instrumentos, que tendrán a su disposición las instrucciones e información del origen de cada uno de ellos. El guía que les acompañará también les podrá enseñar tocar cada uno de los instrumentos.

11. Desarrollo del evento

Los instrumentos que vamos a utilizar son:

- La gaita saharai: Se trata de un instrumento de viento similar a una gaita, que se toca con ambas manos y consta de un tubo de soplado y dos tubos de resonancia.
- La flauta de caña: Este es un instrumento de viento hecho de caña o bambú, que produce un sonido suave y dulce.
- El tambor de mano: Este es un tambor pequeño que se toca con las manos, y que se usa para acompañar el canto y la danza.
- El guembri: Es un instrumento de cuerda con forma de guitarra, que se usa en la música típica del Sahara.
- El krakebs: Este es un conjunto de címbalos de hierro que se tocan entre las manos, y que se usa para crear ritmos y patrones rítmicos.
- El tamboril: Este es un tambor grande hecho de piel de cabra, que se toca con las manos y que se usa para acompañar la danza y la música de celebración.

El exterior y el resto de la sala, también estará ambientada en los campamentos de refugiados, ya que vamos a dividirla con vallas falsas. Estas vallas, estarán alrededor de la casa que se habrá construido previamente.



→ Vallas falsas

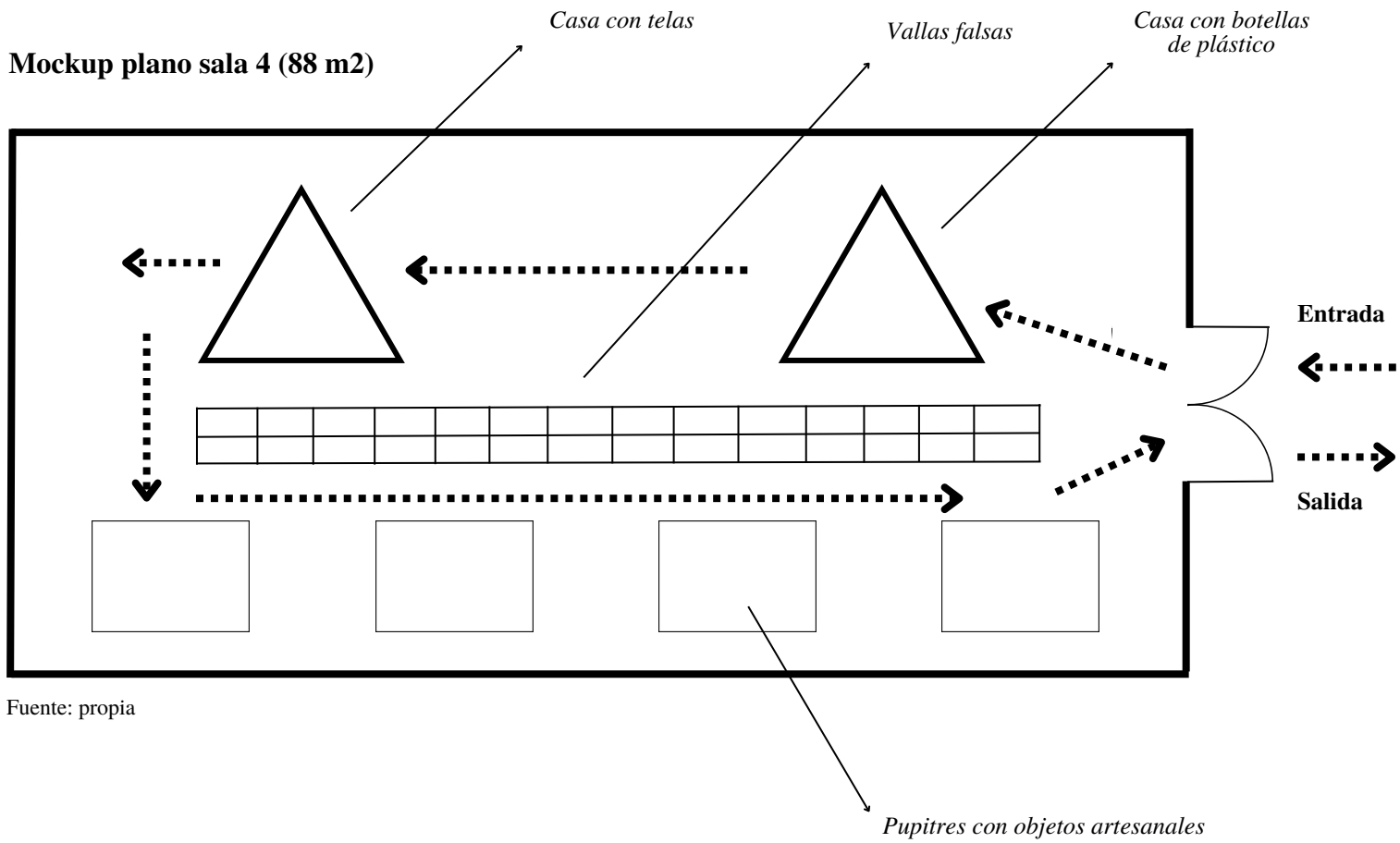
Fuente: Google Imágenes

Para hacer esta parte del museo mucho más completa, vamos a organizar algunas actividades para los más pequeños.

En los campamentos de refugiados hay escuelas donde es obligatoria la asistencia hasta los 16 años. Por este motivo, queremos que los asistentes al acto conozcan en qué tipo de escuelas van todos esos niños/as saharauis.

En este caso, vamos a recrear una pequeña clase, dónde van a haber situados cuatro pupitres. En cada uno de esos pupitres, habrá expuestos diferentes figuras y objetos artesanales para que los más pequeños se puedan entretener. Esta pequeña “escuela”, estará situada después de las dos casas, aprovechando las paredes de la misma sala, justo al lado de la puerta de salida hacia la siguiente habitación.

11. Desarrollo del evento



11. Desarrollo del evento

En último lugar, pasaremos a la última sala (sala 5), que estará dividida en dos. En el primer apartado trataremos de explicar las características y las acciones que realiza la asociación, y en la segunda sección expondremos el proyecto “Vacances en Pau”. En este caso, podemos ver que la sala mide 42 m2.

SALA 5 - TERCERA Y ÚLTIMA PARTE DEL MUSEO - PROYECTO "VACANCES EN PAU"

Sección 1:

- **Objetivo:** Que el público conozca el proyecto “Vacances en Pau”.
- **Ejecución:** Crearemos paneles en un tablero de corcho para poner la información, pero que ésta, esté en modo de investigación (con distintos documentos enlazados con hilos, posits...). De esta forma, el público tendrá que tratar de tener todas las pistas para obtener una idea sobre la historia de Sahara Horta, así cuando pasen a la siguiente sala, acabaran de descubrir los detalles de las acciones y proyectos que realizan en la asociación.



Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

Sección 2:

- **Objetivo:** Difundir y dar visibilidad a este proyecto que se lleva haciendo año tras año en la asociación de Sahara Horta llamado "Vacances en Pau".
- **Ejecución:** En esta sección, vamos a proyectar fotografías y vídeos del proyecto de "Vacances en Pau" de otros años. En esta proyección, a medida que vayan pasando las imágenes, habrá una voz en off de fondo que serán todos esos niños/as saharauis que hayan venido a España años anteriores, explicando su propia experiencia. Esto va a hacer que las personas empaticen con ellos. Para ello, utilizaremos la técnica de storytelling para contar las historias. Estas historias pueden incluir anécdotas, curiosidades, y otros detalles que hagan que las piezas cobren vida.
- **Separación entre las secciones del museo:** Esta sala estará separada por telas y cortinas de una material rígido, donde se proyectará allí mismo el video. Estas telas harán como un espacio cerrado, donde ayudará a que no traspase la luz y se podrán apreciar mejor los detalles del vídeo y del sonido.



Fuente: Pinterest



Fuente: Pinterest

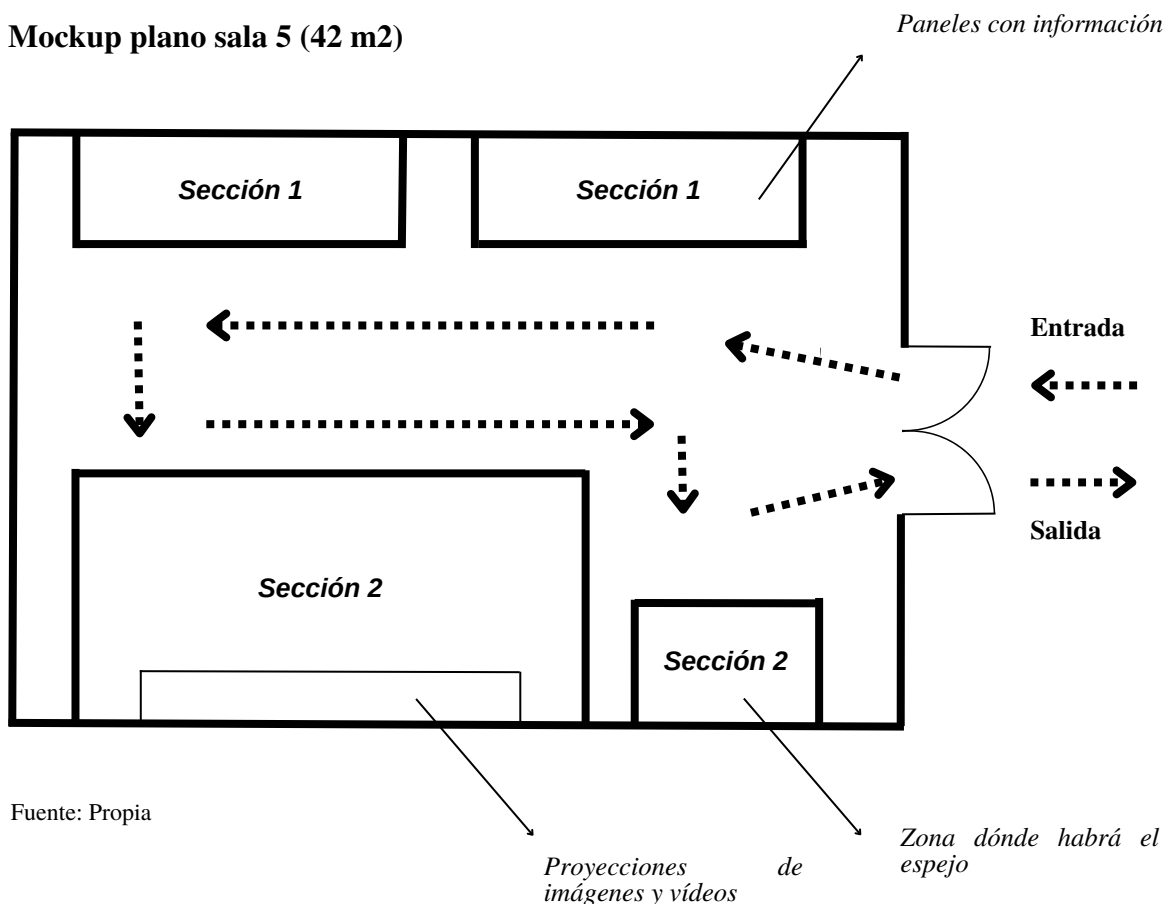
11. Desarrollo del evento

Siguiendo por la sección 2 y para concluir el recorrido del museo, queremos colocar un espejo de tamaño grande donde pondrá la frase "¿Serás el próximo compartiendo tu verano para dar vida?".

De esta forma, el visitante, después de ver, analizar y reflexionar lo que ha visto durante todo el recorrido del museo, con toda la información que le hemos dado, le haremos reflexionar si realmente se ve como voluntario para querer acoger a un niño o niña durante el siguiente proyecto que se realizará el año siguiente de "Vacances en Pau".

Esta acción, nos va a ayudar a dar visibilidad y atraer a mucho más público, ya que se animará a los invitados a colgar una fotografía en sus redes sociales, donde salgan ellos reflejados en el espejo conjuntamente con el claim del evento. Finalmente, justo al lado del espejo, pondremos un código "QR" donde la gente interesada en hacerse acogedor de un niño/a pueda ver los requisitos y las distintas pautas de la asociación.

Mockup plano sala 5 (42 m2)



11. Desarrollo del evento

Aparte de hacer uso de las tres salas mencionadas anteriormente, también contaremos con la parte exterior del casal, que, en este caso, utilizaremos dos terrazas. Una de ellas, está pensada para que la gente se pueda relajar y disfrutar de la comida y en la otra se van a organizar diferentes actividades relacionadas con el Sahara para que los niños/as puedan disfrutar al aire libre. La zona exterior estará abierta durante todo el acto y se podrá acceder a ella a cualquier hora. En este caso, sabemos que tiene un aforo de 250 personas.

ZONA EXTERIOR - PARADAS DE COMIDA Y ACTIVIDADES TÍPICAS DEL SAHARA

Como podemos observar en la imagen adjunta a continuación, vemos que la zona exterior cuenta con dos terrazas, es por ello, por lo que vamos a dividir este último espacio en dos zonas distintas. Tanto padres como niños tendrán acceso al exterior y podrán acceder allí en cualquier momento durante el transcurso del acto.



Zona 1: Espacio reservado para juegos

Zona 2: Espacio de puestos de comida

Fuente: <https://www.bimsa.cat/>

En la zona 1, se van a organizar actividades y juegos tradicionales del Sahara para que los niños puedan entretenerse al aire libre. También, habrá una zona de descanso para los adultos.

Algunos juegos que se van a llevar a cabo son:

1. Kbaiba:

- **Material:** Para este juego se necesitará una pelota.
- **Número de jugadores:** Mínimo cuatro personas, siempre número par.
- **Descripción del juego:** Los jugadores se distribuyen por parejas. Dentro de cada pareja, uno hará de jinete y el otro de caballo. Los jinetes, montados en sus caballos, se pasan una pelota, a veces libremente, a veces en un orden determinado. Cuando la pelota cae al suelo, los jinetes saltan de sus caballos y corren hasta el espacio designado como meta. Los que hacían de caballos cogen la pelota y les persiguen tratando de golpear con ella a alguno antes de que todos alcancen la meta. Para ello pueden correr con la pelota o pasársela de unos a otros. Si consiguen golpear con la pelota a alguno de los jinetes antes de que llegue a la meta, ambos grupos intercambian sus papeles. En caso contrario, el juego se reinicia de la misma manera. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

11. Desarrollo del evento

2. Jamsa:

- Material: En este caso, se necesitarán piedras.
- Número de jugadores: Pueden jugar todos los niños/as que acudan al evento.
- Descripción del juego: El primer participante extiende cinco piedras pequeñas sobre el terreno, toma una de ellas y la lanza hacia arriba y mientras ésta cae, coge otra y la lanza también, recoge la que cae y otra y las lanza antes de que caiga la otra y así hasta que tenga las cinco en su mano. El jugador al que le caiga alguna piedra pierde la altura de lanzarlas en esta medida. Aquel que consiga recoger todas sin tropiezos y siguiendo el camino indicado gana. Si hay más de uno que lo consigue se sigue jugando hasta que sólo quede. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

3. TENGHACH:

- Material: En este caso, no se necesita ningún tipo de material.
- Número de jugadores: Entre 5 y 10 jugadores.
- Descripción del juego: Un jugador se coloca en cuclillas en el centro del círculo. Otro jugador se sitúa en el interior del círculo y hace las funciones de guardián. El resto de los participantes se situará en el exterior del círculo. Todos los jugadores tratan de penetrar en el interior del círculo para golpear al que está en cuclillas, el cual no puede moverse. La única persona que puede proteger al que está dentro es el guardián. Si el guardián golpea con el pie a cualquier jugador situado dentro del círculo se produce rotación de papeles: el guardián sale fuera del círculo, el jugador golpeado pasa a ocupar el puesto del que estaba de cuclillas y éste se convierte en guardián. Y el juego vuelve a comenzar. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

4. Dagnach:

- Material: Piedras o bolas.
- Número de jugadores: Pueden jugar todos los niños/as que acudan al evento.
- Descripción del juego: Es un juego infantil de lanzamiento de piedras o bolas. Consiste en que cada jugador cuenta con una de ellas por partida y varias para el desarrollo del juego. El que comienza lanza su piedra a una distancia de tres o cuatro metros, el siguiente jugador tratará de golpear esa piedra en el suelo lanzando la suya desde la posición inicial, y si lo consigue la bola del contrario pasa a su propiedad, o bien se anota un punto de victoria y tras ello el juego comienza de nuevo. Pero si no la da, el segundo jugador que lanzó vuelve a coger su bola desde donde ésta y la lanza más o menos la misma distancia y el primer jugador intentará darla, y así sucesivamente. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

5. Lekhbel:

- Material: Para esta actividad necesitamos simplemente una cuerda.
- Número de jugadores: Pueden jugar todos los niños/as que acudan al evento.
- Descripción del juego: Es un juego similar al de “saltar la comba” o “relojito”. Tiene cantidad de variantes, desde saltar individualmente cada uno con su cuerda, saltar por parejas... El juego consiste en que uno de los jugadores, se pone en medio con la cuerda extendida y los demás se colocan en círculo alrededor del que tiene la cuerda, el del medio da vueltas con la cuerda estirada y los compañeros deben saltar la cuerda cuando pase por debajo de ellos para no darla. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

11. Desarrollo del evento

6. Gug-Gaich:

- Material: Palos de madera.
- Número de jugadores: Pueden jugar todos los niños/as que acudan al evento.
- Descripción del juego: Es similar al juego de “chinos”, consiste en adivinar por parte de cada jugador la cantidad de palitos que presenta el contrario, o sólo adivinar si es número par o impar. (http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000868_docu1.pdf, s. f.)

En la zona 2, va a haber distintos puestos de comida y bebida típica de España. Esto, hará que los niños/as saharauis conozcan un poco más la gastronomía del país. Esta sección de la zona exterior se encuentra al nivel de la calle, lo que permite un fácil acceso para los transportistas encargados de llevar los puestos de comida.

Para ello, vamos a contratar un catering en una empresa de Barcelona, llamada "*Catering Ferran*". Como mencionamos en apartados anteriores, el dinero que se recaude, irá destinado a todos esos campamentos de refugiados. En esta misma zona, colocaremos en la pared un papel gigante, donde toda la gente que asista al evento podrá dibujar o dejar un mensaje sobre lo que ha sido para ellos este acto.

En ese lugar, dispondremos de un puesto donde las personas y familias que tengan preguntas sobre el evento o el proceso de adopción podrán obtener respuestas. Un voluntario estará disponible para resolver todas sus inquietudes. Además, en ese mismo puesto se ofrecerá la posibilidad de hacer donaciones que se destinarán directamente a las familias de los niños que participen en el proyecto "Vacances en pau" este año.

Puestos de comida y bebida



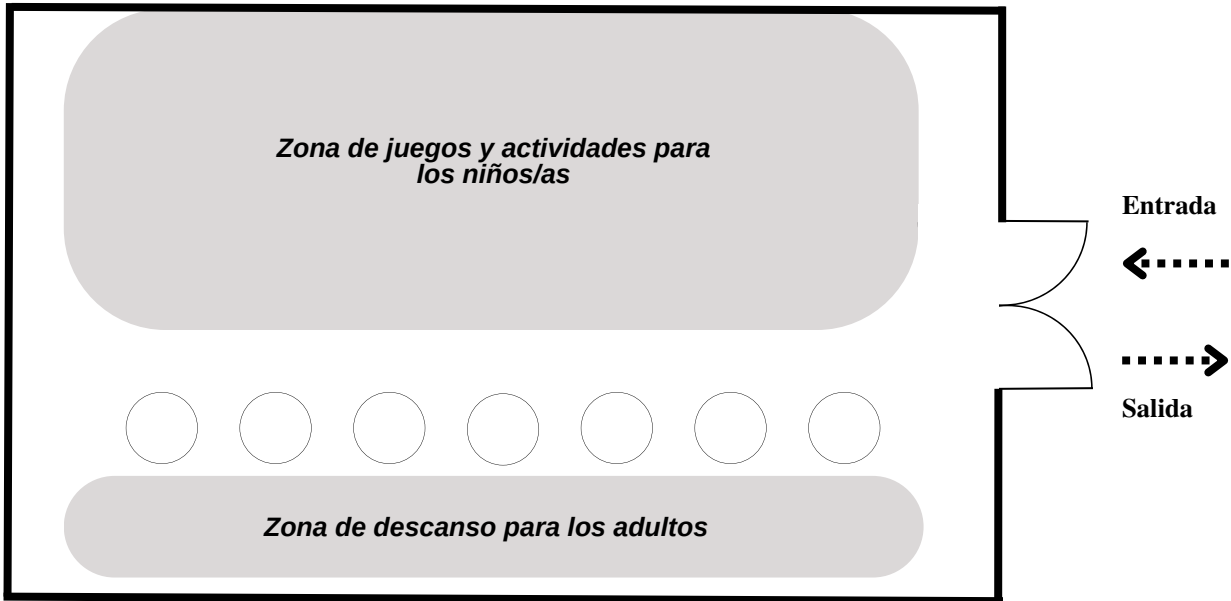
Fuente: Google Imágenes



Fuente: Google Imágenes

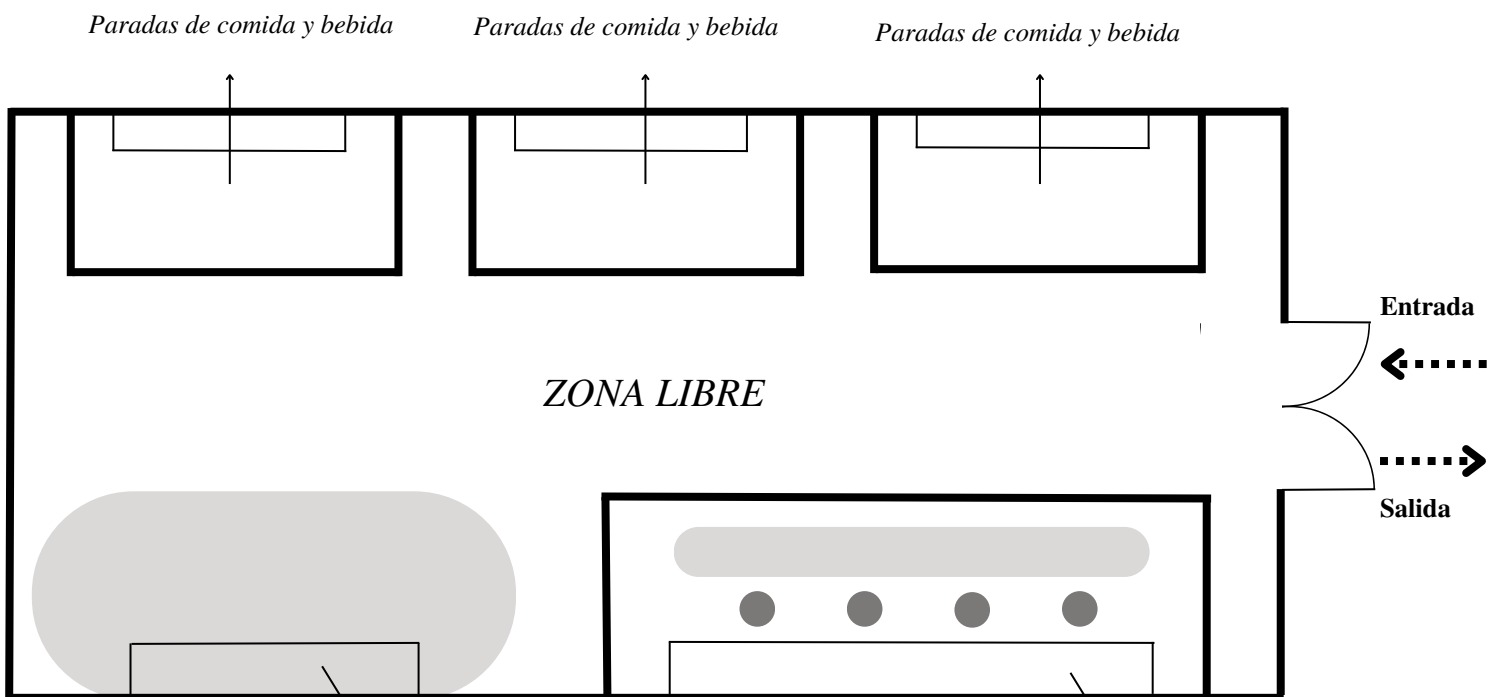
11. Desarrollo del evento

Mockup plano zona exterior (sección 1 de actividades y juegos tradicionales)



Fuente: Propia

Mockup plano zona exterior (sección 2 de paradas de comida y bebida)



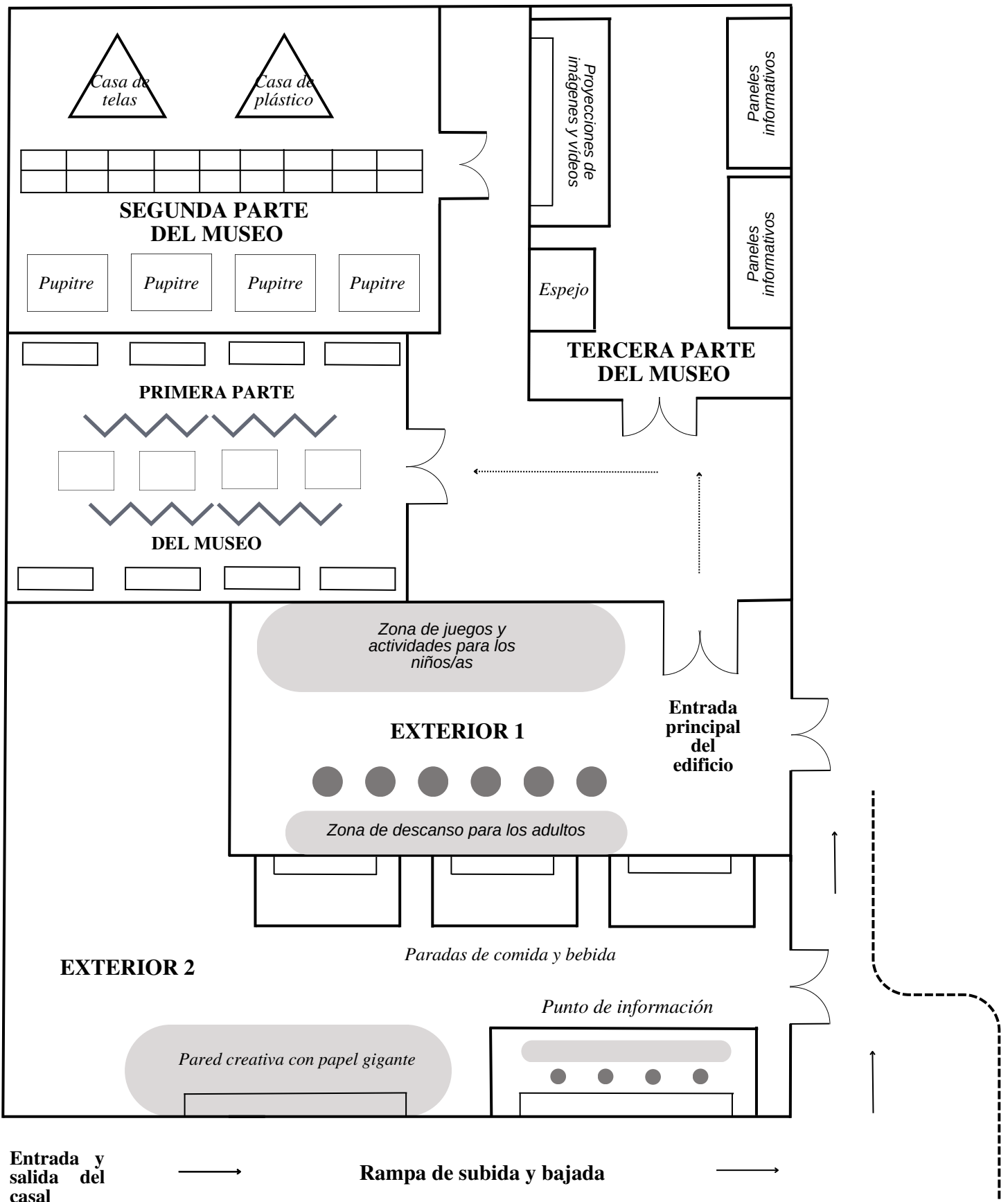
Fuente: Propia

Pared creativa con papel gigante

Punto de información

11. Desarrollo del evento

Mockup plano general del casal



12. Producción

12.1 Presupuesto

	CATEGORÍA	UNIDAD	PRECIO/U	IVA	TOTAL
Canales de comunicación	Carteles	500			300€
	Anuncio en la radio	5	70€	21%	423,50 €
	Gestión de redes sociales	1 pers.	150€/mes		150x10=1.500€
Servicios generales	Empresa de catering		32€ x pers.		4.800€
	Servicio de limpieza	2 pers.	345€	21%	417,54€
Producción	Diseño del evento				4.000€
	Producción del evento				1.500€
Sala 3	Paneles informativos	12	25€		300€
	Biombos	2	34€		68€
Sala 4	Material para recrear los hogares:				
	• Telas	15m	15€/m		225€
	• Mantas	10	5€		50€
	• Materiales reciclados			Material propio	
	Instrumentos saharauis	6		Material propio	
	Vallas falsas	5	4€		9€
	Material para las actividades:				
	• Pinturas de colores	10 packs	5€		50€
	• Botellas de plástico	50		Material propio	
	• Frascos de vidrio	50		Material propio	
	Pupitres	4		Material propio	
Sala 5	Tablero de corcho	5	25€		125€
	Post-it	1 pack			3€
	Telas o cortinas para proyectar	3	3€		9€
	Espejo	1			15€
Zona exterior	Material para los juegos:				
	• Pelotas	10		Material propio	
	• Piedras	25		Material propio	
	• Palos de madera	25		Material propio	
	Altavoces	2		Material incluido en el servicio del casal	
Ordenador portátil	1		Material incluido en el servicio del casal		

Fuente: Propia

12. Producción

En la tabla adjuntada anteriormente, hemos detallado el presupuesto total de la organización del evento. Para ello, hemos dividido la tabla en diferentes secciones para establecer un costo lo más preciso posible.

En la primera sección, hemos incluido los costos relacionados con el plan de comunicación, que abarcan tanto el material necesario como los contratos de las personas involucradas.

En cuanto a los proveedores, en este caso contaremos únicamente con el servicio de limpieza, el servicio de catering y con una persona que se encargue de gestionar las redes sociales durante el proceso de pre, on y post evento. El equipo de seguridad nos lo ofrece el mismo casal. Dado que el evento es organizado por una asociación sin ánimo de lucro, el alquiler de la sede principal, es decir, el casal, es gratuito. Además, no hemos optado por contratar ningún equipo técnico ni material audiovisual, ya que el evento no lo requiere. En cuanto al equipo de montaje y desmontaje, serán algunos de los voluntarios de la asociación quienes se encarguen de ello. Consideramos que al tratarse de pocos materiales y no ser realmente pesados, los voluntarios podrían encargarse de estas tareas para que estén más involucrados en el evento.

Después de mencionar a todos los proveedores, hemos procedido a establecer el presupuesto de los materiales necesarios en cada una de las salas que forman parte del museo experiencial.

Así pues, podemos ver como en total, y sumándole el precio del IVA en todos y cada uno de los elementos necesarios para el desarrollo del evento, contamos con un presupuesto total de 13.795,04€.

13. Cronograma del acto

A continuación, se desarrolla el cronograma del evento, incluyendo tanto su montaje como desmontaje durante los días previos y posteriores del evento.

Sábado 24 de agosto de 2024 - Montaje del casal

16:00h	Llegada del equipo de logística a la sede
16:05h	Descarga de los materiales en la sede
16:30h	Distribución de los materiales en las diferentes salas
16:30h - 18:30h	Montaje de las salas donde se va a realizar el evento
18:30h	Llegada del equipo de decoración
18:30h - 19:45h	Decoración del espacio del evento

Domingo 25 de agosto de 2024 - Montaje del casal y día del evento

9:00h	Llegada del equipo técnico, la empresa de comida, el equipo de seguridad y el equipo de animación
9:05h	Descarga de los materiales en la sede
9:10h	Distribución de los materiales en las diferentes salas
9:15h	Montaje de las salas donde se va a realizar el evento y planificación de las actividades
11:00h	Llegada de los directivos y responsables de "Sahara Horta"
11:45h	Llegada de los invitados del primer turno
12:00h	Inicio del recorrido en el "museo" ambientado en el Sahara para el segundo turno (salas 3,4 y 5)
20:00h	Finalización del recorrido del "museo" y finalización del acto

Lunes 26 de agosto de 2024 - Desmontaje y limpieza del casal

9:00h	Llegada del equipo de logística a la sede (equipo técnico, empresa de comida, personal de limpieza)
9:15h	Desmontaje del material utilizado en el evento
11:45h	Limpieza de las salas y la sede del evento

Fuente: Propia

14. Diagrama de Gantt

A continuación, se desarrolla el cronograma del evento en formato diagrama de gantt, para ver, de una manera más visual, la preparación previa al acto y la duración de estos preparativos.

MES DEL AÑO	Mayo	Junio				Julio				Agosto			
SEMANA	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TAREA													
Contactar con los proveedores													
Reservar el casal													
Diseño de las invitaciones													
Envío de las invitaciones													
Curso para los voluntarios (Guías)													
Confirmación de los invitados													
Confirmación de los proveedores													
Compra del material necesario													
Montaje del evento													
Día del evento (25 de agosto)													
Desmontaje del evento													

Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

15.1 ¿A través de qué medios vamos a comunicar el evento?

Para promocionar el evento, vamos a utilizar acciones de comunicación y difusión tanto online como offline.

Para todas las acciones, se diseñará un cartel informativo con todos los datos necesarios para que las personas interesadas en acudir al acto, sepan cuándo y dónde se llevará a cabo. En la parte inferior de cada uno de estos carteles, habrá un código "QR" que, al escanearlo, se les redigirá a la página web oficial de Sahara Horta y allí, podrán encontrar un espacio con toda la información acerca del evento. Para calcular cuantas personas aproximadamente acudirán al acto, deberán completar un cuestionario que también encontrarán en la página web.

Para poder establecer un buen plan de comunicación, primero hay que determinar que estrategia vamos a utilizar. Por ello, vamos a definir cuáles son nuestros principales objetivos y a qué público queremos dirigirnos.

Objetivos:

- Dar visibilidad al proyecto "Vacaciones en Paz" de la asociación Sahara Horta.
- Llegar a un público amplio, incluyendo familias de acogida, niños saharauis, residentes del barrio de Horta y medios de comunicación locales.
- Generar conciencia sobre la causa y fomentar la participación y apoyo de todas las personas que forman parte de nuestro público objetivo.

Público objetivo:

- Clientes actuales, es decir, familias de acogida. Estos clientes son claves para fomentar el compromiso continuo y fortalecer la relación con las familias de acogida existentes.
- Clientes potenciales, es decir, familias interesadas en la acogida. Para los clientes potenciales queremos generar interés y motivar a las familias a participar en el programa de acogida de menores.
- Residentes en Cataluña y Barcelona, concretamente en el barrio de Horta, que es donde está ubicada la asociación. Con este público, pretendemos generar conciencia y despertar el interés de la comunidad local en el programa "Vacaciones en Paz".
- Medios de comunicación locales. Este público nos va a ayudar a obtener cobertura mediática para aumentar la visibilidad del programa y generar interés en la comunidad.

A continuación, vamos a explicar en detalle cada una de estas acciones de comunicación y vamos a dividir las en acciones pre-evento, on-evento y post-evento.

15. Plan de comunicación

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN PRE-EVENTO

La comunicación previa al evento tiene como objetivo informar, persuadir y motivar a los posibles asistentes para que acudan al evento. En este caso, trataremos de crear expectativas, generar interés y promover la asistencia del máximo número de personas posibles. Dentro de las acciones de comunicación pre-evento, las podemos clasificar en acciones online y acciones offline.

Acciones online:

- Acción 1 - Crear y gestionar redes sociales de Sahara Horta:

Tras el análisis que realizamos de la asociación Sahara Horta en la fase anterior, observamos que actualmente la entidad no dispone de presencia en redes sociales. En vista de que consideramos que las redes sociales son un medio fundamental para comunicarnos con nuestro público objetivo, hemos decidido crear una cuenta de Sahara Horta tanto en Instagram como en Facebook, puesto que son las plataformas más utilizadas por nuestro público objetivo. Para ello, vamos a contratar a un profesional que se encargue de gestionar esas redes.

Las cuentas oficiales de Sahara Horta estarán activas durante diez meses antes del evento, comenzando en octubre de 2023. El objetivo principal es aumentar el número de seguidores y lograr una mayor difusión del mensaje y del evento entre el público. Para maximizar la difusión, se utilizarán ambas plataformas, Facebook e Instagram, y se publicará contenido similar en ambas cuentas. Esto permitirá llegar a diferentes audiencias y aprovechar las características y alcance de cada plataforma.

El contenido que se publicará tanto en Instagram como en Facebook durante cada mes previo al evento se encuentra detallado en los gráficos adjuntos en las siguientes páginas. Nuestra estrategia se basa en utilizar imágenes, reels, videos e historias de Instagram para mencionar y explicar las diferentes actividades que lleva a cabo la asociación.

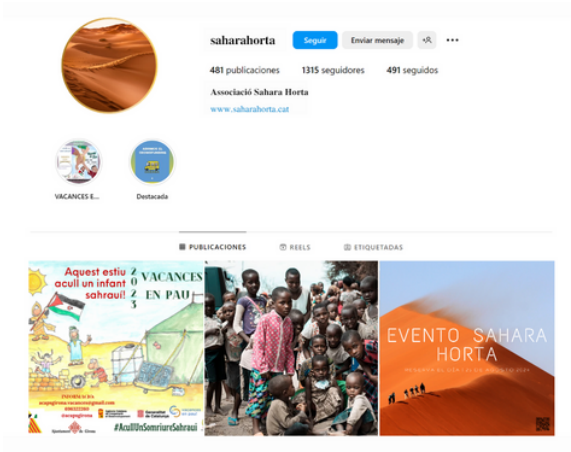
Las publicaciones se realizarán de manera regular, utilizando un tono cercano y visual para establecer conexión con los usuarios. Además, se llevarán a cabo transmisiones en directo y rondas de preguntas para interactuar de manera más directa con nuestro público, con el objetivo de aumentar el número de seguidores. La intención es compartir contenido atractivo y relevante, resaltando los aspectos más destacados del proyecto "Vacaciones en Paz" y del evento planeado.

Nos enfocaremos en mostrar el impacto positivo que tiene la participación en el programa, destacando testimonios, imágenes y videos que ilustren las experiencias enriquecedoras tanto de las familias de acogida como de los niños saharauis. Al utilizar una combinación de formatos visuales y herramientas interactivas, buscamos captar la atención del público y generar una mayor participación en nuestras publicaciones.

Con esto, esperamos aumentar el alcance de nuestro mensaje, así como el número de seguidores en las redes sociales y lograr una mayor difusión del evento y del proyecto de la asociación Sahara Horta.

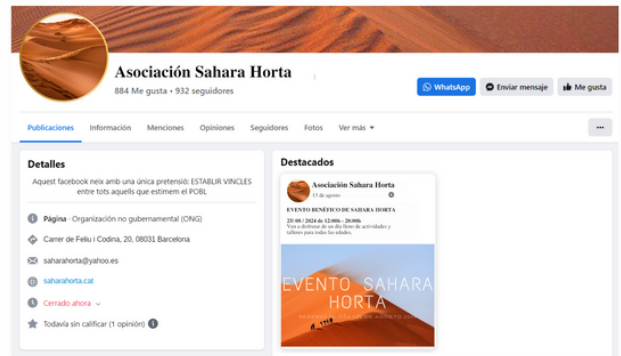
15. Plan de comunicació

Mockup cuenta de Instagram de Sahara Horta



Fuente: Propia

Mockup cuenta de Facebook de Sahara Horta



Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	OCTUBRE 2023																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Bienvenida a la cuenta																																
¿Quiénes somos?																																
"Un ordenador per a cada escola"																																
Premios Jordi Domènech																																
Fiesta Major d'Horta																																
Proyecto "Vacances en Pau"																																

Fuente: Propia

Durante el mes de octubre, estableceremos nuestras cuentas tanto en Facebook como en Instagram, donde compartiremos contenido idéntico en ambas plataformas. Durante este periodo, nos enfocaremos en dar a conocer nuestra asociación, presentarnos y transmitir visualmente nuestros objetivos, misión, visión y valores como empresa. También, daremos a conocer las actividades y proyectos que realizamos a lo largo del año. A continuación, se describirá detalladamente el contenido que se publicará en días específicos.

Bienvenida a la cuenta:

- Días de publicación: 1 y 2 de octubre
- Contenido: En esta sección, vamos a publicar la primera imagen de nuestro perfil indicando que somos una asociación sin ánimo de lucro. También presentaremos a todo nuestro equipo.
- Formato: Publicación en formato fotografía

¿Quiénes somos?

- Días de publicación: 3-12 de octubre
- Contenido: Para esta sección, queremos publicar diferentes reels e imágenes para explicar que es Sahara Horta, cuáles son sus objetivos y un poco el nacimiento, evolución e historia de la asociación.
- Formato: Publicación en formato reels e imagen

"Un ordenador per a cada escola":

- Días de publicación: 13-15 de octubre
- Contenido: En este caso, vamos a publicar historias en instagram explicando en que consiste este proyecto.
- Formato: Historias e historias destacadas

Premios Jordi Domènech:

- Días de publicación: 17-19 de octubre
- Contenido: Vamos a publicar una imagen de Jordi Domènech, con una mini descripción suya.
- Formato: Imagen

15. Plan de comunicación

Fiesta Major d'Horta:

- Días de publicación: 21-23 de octubre
- Contenido: Vamos a publicar diferentes imágenes de años anteriores en las que se explicará en que consiste esta fiesta.
- Formato: Imagen

Proyecto "Vacances en Pau":

- Días de publicación: 25-31 de octubre
- Contenido: Vamos a explicar en que consiste este proyecto y vamos a publicar imágenes de otros años.
- Formato: Imagen e historia destacada

TEMÁTICA	NOVIEMBRE 2023																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Expolio en el Sahara Occidental																														
Guerra del Sahara																														
Directo con preguntas																														
Proyecto "Vacances en Pau"																														

Fuente: Propia

Para mantener a nuestros seguidores al día sobre la situación del conflicto del Sahara, crearemos contenido donde les explicaremos en detalle la evolución sobre la guerra del Sahara y como afecta a los ciudadanos de la zona.

Expolio en el Sahara Occidental:

- Días de publicación: 4,7,10 de noviembre
- Contenido: Crearemos tres publicaciones distintas, donde vamos a explicar el inicio, la evolución y la actualidad de la guerra del Sahara.
- Formato: Fotografía

Guerra del Sahara:

- Días de publicación: 14 de noviembre
- Contenido: En este video vamos a poner imágenes reales sobre la guerra del Sahara y se narrará en voz en off más detalles sobre hechos relevantes.
- Formato: Reel

Directo con preguntas:

- Día que se va a hacer el directo: 20 de noviembre
- Contenido: Por primera vez, activaremos un directo, donde se explicara en detalle como está actualmente la situación en el Sahara, y cuáles son las dificultades en las que se encuentran los ciudadanos de allí. También explicaremos el papel que tiene España en este conflicto.
- Formato: Directo de instagram

15. Plan de comunicación

Proyecto "Vacances en Pau":

- **Días de publicación:** 25 y 26 de noviembre
- **Contenido:** Este contenido subido durará dos días. El primero tratará de una historia donde se les preguntará a los seguidores que dudas tienen sobre el conflicto del Sahara y luego estas preguntas nos llegaran por mensaje a la cuenta. El día siguiente, se publicarán las preguntas hechas por los seguidores y se responderán todas.
- **Formato:** Historia de instagram

TEMÁTICA	DICIEMBRE 2023																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Vida en los campamentos				■			■			■			■																		
Día a día de los saharauis																	■														
Directo con preguntas																							■								
¿Queréis saber más?																													■	■	

Fuente: Propia

Después de dos meses poniendo en contexto a nuestros seguidores, les queremos explicar el día a día de los saharauis que viven en los campamentos de refugiados.

Vida en los campamentos:

- **Días de publicación:** 4, 7, 10, 13 de diciembre
- **Contenido:** Vamos a publicar cuatro imágenes. La primera servirá para explicar en general las rutinas que tiene la gente. En la segunda nos centraremos en ver el día a día de los niños en los campos. En la tercera fotografía nos enfocaremos en las rutinas que tienen las mujeres. Y para terminar, en la cuarta fotografía, veremos las distintas tareas de los hombres. Aparte de las fotos, en la descripción de cada publicación detallaremos en más detalle sus rutinas.
- **Formato:** Imagen

Día a día de los saharauis:

- **Días de publicación:** 17 de diciembre
- **Contenido:** En este reels se podrán ver videos de primera calidad del día a día de los saharauis.
- **Formato:** Reel

Directo con preguntas:

- **Día que se va a hacer el directo:** 22 de diciembre
- **Contenido:** En este directo, habrá uno de los voluntarios que ya ha realizado distintos viajes a los campamentos de refugiados del Sahara, y nos contará cuál fue su experiencia.
- **Formato:** Directo de instagram

¿Queréis saber más?:

- **Días de publicación:** 27 y 28 de diciembre
- **Contenido:** Historia donde se les preguntará a los seguidores que dudas tienen sobre el conflicto del Sahara. El día siguiente, se publicarán las preguntas hechas por los seguidores y se responderán todas.
- **Formato:** Historia de instagram

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	ENERO 2024																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Las mujeres gobiernen el desierto																																
Funciones de las mujeres																																
Reels con imágenes																																
¿Queréis saber más?																																

Fuente: Propia

En los campamentos de refugiados, la mayoría de los servicios están organizados por mujeres. Ellas son la base de un estado olvidado y condenado en el exilio. Por este motivo, les vamos a dedicar un mes entero en nuestro contenido para que los seguidores vean el papel tan importante que tienen en su comunidad.

Las mujeres gobiernen el desierto:

- Días de publicación: 4, 7, 10, 13 de enero
- Contenido: Para poder explicar en detalle todas las actividades que realizan, vamos a publicar cuatro fotografías donde en sus respectivas descripciones, vamos a explicar quienes son esas mujeres y qué papel tienen en la sociedad.
- Formato: Imagen

Funciones de las mujeres:

- Días de publicación: 17 de enero
- Contenido: A través de historias, se explicarán detalles de la vida de las mujeres de los campos de refugiados y cuáles son sus funciones en esos lugares.
- Formato: Historia de instagram

Reels con imágenes:

- Días de publicación: 22 de enero
- Contenido: Se va a crear un reel donde se podrán ver videos de primera calidad las funciones de las mujeres saharauis.
- Formato: Reels

¿Queréis saber más?:

- Días de publicación: 27 y 28 de enero
- Contenido: El contenido subido durará dos días. El primero tratará de una historia donde se les preguntará a los seguidores que dudas tienen sobre como viven las mujeres en los campamentos de refugiados. El día siguiente, se publicaran las preguntas hechas por los seguidores y se responderán todas.
- Formato: Historia de instagram

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	FEBRERO 2024																											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
"Un ordenador per a cada escola"																												
Fotografías																												
Reels del proceso																												
¿Cómo podéis hacer donativos?																												

Fuente: Propia

A partir de febrero, vamos a dedicar cada mes a explicar en profundidad cada una de las actividades que realiza la asociación Sahara Horta. Este mes, hablaremos sobre el proyecto "Un ordenador per a cada escola"

"Un ordenador per a cada escola":

- Días de publicación: 4 de febrero
- Contenido: Para que nuestro público pueda ver las actividades que realiza la asociación, vamos a empezar explicando sobre que trata este proyecto. En esta misma publicación, se detallará en profundidad las acciones de este proyecto.
- Formato: Imagen e historia de instagram

Fotografías:

- Días de publicación: 6, 10, 14 de febrero
- Contenido: Para que nuestros seguidores tengan más detalle de esta actividad, vamos a publicar tres fotografías en días distintos que incluyan experiencias que se vivieron durante este proyecto.
- Formato: Imagen

Reels del proceso:

- Días de publicación: 21 de febrero
- Contenido: Este reel va a contener diferentes imágenes propias de la actividad, para que el público pueda ver la preparación y el proceso del proyecto de principio a fin.
- Formato: Reels

¿Cómo podéis hacer donativos?:

- Días de publicación: 27 de febrero
- Contenido: A final de mes, se va a publicar una historia de instagram para informar a los usuarios de como es el proceso par hacer cualquier donativo a la entidad.
- Formato: Historia de instagram

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	MARZO 2024																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
Iniciativa recogida de ropa																																	
¿Cómo podéis contribuir?																																	
Reels																																	
Jordi Domènech																																	

Fuente: Propia

Durante este mes vamos a promocionar la actividad de recogida de ropa y material escolar, que se va a enviar directamente a los campamentos de refugiados. Estos materiales irán destinados a las familias saharauis que habitualmente ya están en contacto con la asociación. También el día 31 de marzo se celebrará un acto en conmemoración a Jordi Domènech.

Iniciativa recogida de ropa:

- Días de publicación: 4, 8, 12, 16 de marzo
- Contenido: Desde Sahara Horta, vamos a realizar una recogida de ropa y material escolar. La primera publicación será a partir de una foto subida en la cuenta explicando el proyecto en la descripción. Las dos siguientes publicaciones, serán en las historias de Instagram informando del día, la hora y el lugar de la recogida de material. Y finalmente, el día de la actividad, se va a subir una publicación y distintas historias para el público que no haya podido asistir.
- Formato: Imagen e historia de instagram

¿Cómo podéis contribuir?:

- Días de publicación: 19, 22, 25 de marzo
- Contenido: Para que nuestros seguidores tengan más detalle de la actividad, vamos a publicar tres fotografías indicando los pasos que tienen que seguir los usuarios en el caso de que quieran contribuir en esta iniciativa.
- Formato: Imágenes

Reels:

- Días de publicación: 27 de marzo
- Contenido: Casi al finalizar el mes, vamos a publicar un reel, donde se verá todo el día de la recogida de los materiales y como se prepara para enviarlo al Sahara.
- Formato: Reels

Jordi Domènech:

- Días de publicación: 28, 29, 30 de marzo
- Contenido: En memoria de Jordi Domènech, vamos a darle las gracias ya que en su día ayudó a muchas personas de los campamentos de refugiados con atención integral que tenían cardiopatías congénitas.
- Formato: Imagen e historia de instagram

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	ABRIL 2024																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Sant Jordi 2023																														
Sant Jordi 2024																														
Reels con imágenes																														
Proyecto "Vacances en Pau"																														

Fuente: Propia

El mes de abril, estará dedicado a la celebración especial de Sant Jordi y también, vamos a introducir alguna información relevante sobre el proyecto de "Vacances en Pau" que empieza el mes de julio.

Sant Jordi 2023:

- Días de publicación: 4, 6 de abril
- Contenido: Para recordar ediciones anteriores del día 23 de abril de 2023, vamos a publicar diversas fotografías en la cuenta. De esta forma también recordaremos a nuestro público que queda menos para el día de Sant Jordi de este año.
- Formato: Imagen

Sant Jordi 2024:

- Días de publicación: 14, 16, 18, 23 de abril
- Contenido: Unos días antes de la diada, vamos a publicar por la historia de Instagram, las actividades y la paradeta que tendrá la asociación ese día. El día 23 (día de Sant Jordi), colgaremos fotografías de lo transcurrido.
- Formato: Imagen e historia de instagram

Reels con imágenes:

- Días de publicación: Día después de Sant Jordi, 24 de abril
- Contenido: Para que nuestros seguidores tengan más detalle de la actividad, que transcurro hace unos días, vamos a publicar un video en formato de reel.
- Formato: Reel

Proyecto "Vacances en Pau":

- Días de publicación: 26-30 de abril
- Contenido: Al terminar con la diada de Sant Jordi, vamos a empezar a dar a conocer a nuestros seguidores el proyecto "Vacances en Pau", a partir de fotografías y videos.
- Formato: Publicación en el perfil, historias de Instagram e historias destacadas

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	MAYO 2024																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
Proyecto "Vacances en Pau"																																
¿Cómo podéis acoger a niños/as?																																
Reels de otros años																																
Fiesta de Major d'Horta																																

Fuente: Propia

Durante el mes de mayo, vamos a publicar contenido detallado sobre el proyecto "Vacances en Pau". Y también les vamos a explicar en que consiste la Fiesta de Sahara Horta.

Proyecto "Vacances en Pau":

- Días de publicación: 5, 6, 7 de mayo
- Contenido: Vamos a empezar a publicar para informar a los usuarios de que en los meses de verano se lleva a cabo el proyecto "Vacances en Pau". También vamos a explicar muy brevemente en que consiste este proyecto. El primer día se les darán detalles relevantes del proyecto, el segundo día habrá una publicación donde los seguidores podrán enviarnos preguntas, y finalmente el tercer día resolveremos todas las dudas que nos hayan llegado.
- Formato: La primera publicación será en formato de imagen. Los otros contenidos se harán a partir de historias de Instagram y permanecerán en el destacados del perfil.

¿Cómo podéis acoger a niños/as?:

- Días de publicación: 13, 14, 15 de mayo
- Contenido: La publicación del día 13, consistirá en un post en el perfil en forma de fotografía con los requisitos para acoger a un niño/a. Los demás días que vamos a subir contenido, será para poder resolver dudas sobre el trámite y requisitos necesarios para poder acoger a un niño/a.
- Formato: La primera publicación será en formato de imagen. Los otros contenidos se harán a partir de historias de Instagram y permanecerán en el destacados del perfil.

Reels de otros años:

- Días de publicación: 20 y 21 de mayo
- Contenido: Se creará un reel de los recuerdos fotográficos y de vídeo de los años anteriores del proyecto "Vacances en pau". Después vamos a intentar llegar a más público, publicándolo también en la historia de la cuenta y destacarlo en el perfil.
- Formato: Reel e historia destacada

Fiesta Major d'Horta:

- Días de publicación: 26 y 27 de mayo
- Contenido: Para que nuestros seguidores nos vayan conociendo más a fondo y puedan llegar a participar en futuros acontecimientos, les vamos a dar a conocer las actividades que realizan durante la Fiesta de Horta.
- Formato: El primer día en subir contenido será una imagen en el perfil, donde en la descripción se nombraran los detalles de las fiestas. Al día siguiente, vamos a publicar un reel, donde se podrán ver las experiencias vividas en la Fiesta Major d'Horta.

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	JUNIO 2024																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
"Matrones"	■	■	■					■																						
¿Qué más queréis saber?											■	■																		
Directo																■	■													
Anuncio de próxima llegada del "Vacances en Pau 2024"																										■	■			

Fuente: Propia

Durante este mes de junio, vamos a acabar de explicar la última actividad que realiza la asociación que es el proyecto "Matrones". También vamos a empezar a dar detalles de la nueva edición del proyecto "Vacances en Pau" del verano 2024.

"Matrones":

- Días de publicación: 1, 2, 3 y 8 de junio
- Contenido: Vamos a crear distintas publicaciones donde se verán en la descripción todos los detalles del proyecto. Días más tarde se recordarán estas publicaciones en la historia del perfil.
- Formato: Publicaciones en el perfil e historia de la cuenta de Instagram.

¿Qué más queréis saber?:

- Días de publicación: 11 y 12 de junio
- Contenido: Vamos a crear dos historias, la primera será para que nuestro público nos envíe todas las dudas que tengan sobre el proyecto "Matrones", y la segunda será resolviendo todas las preguntas.
- Formato: Historias de Instagram

Directo:

- Días de publicación: 16 y 17 de junio
- Contenido: Vamos a tratar temas relacionados con el proyecto "Matrones".
- Formato: Directo de Instagram e historia de Instagram

Anuncio de próxima llegada del "Vacances en Pau 2024":

- Días de publicación: 25 y 26 de junio
- Contenido: Publicación donde desvelaremos a los seguidores el día de llegada de los niños/as saharauis a España
- Formato: Publicación fotográfica en la cuenta

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	JULIO 2024																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Inicio "Vacances en Pau" 2024	■	■																													
Publicidad sobre el evento								■	■																						
Vacaciones 2024															■	■															
#EnPau2024																										■			■	■	

Fuente: Propia

A tan solo un mes del día del evento, vamos a centrarnos totalmente en subir contenido relacionado con el proyecto "Vacances en pau". Este contenido estará totalmente actualizado, ya que serán imágenes del mismo año en el que se está desarrollando la estancia de los niños en España.

Inicio "Vacances en Pau" 2024:

- Días de publicación: 1 y 2 de julio
- Contenido: Se publicará contenido de la llegada de los niños a España.
- Formato: Publicaciones e historias de Instagram

Publicidad del evento:

- Días de publicación: 8 y 9 de julio
- Contenido: Para todo nuestro público, vamos a relevar que estamos en creación de una actividad muy especial, directamente basado en el proyecto "Vacances en Pau".
- Formato: Publicación en el perfil con imágenes e historia de Instagram

Vacaciones 2024:

- Días de publicación: 15 y 16 de julio
- Contenido: Fotografías hechas por la asociación de actividades de los niños/as saharauis en España.
- Formato: Publicaciones en el perfil de Instagram

#EnPau2024:

- Días de publicación: 25, 28 y 29 de julio
- Contenido: Se va a animar a las familias que hayan acogido algún niño/a que suban contenido de ellos compartiendo tiempo con los niños. Para que todo ese contenido tenga más alcance, se va a crear el hashtag #EnPau. El primer día publicaremos esta acción, y durante los días siguientes, iremos resubiendo todo el contenido de este hashtag en nuestra cuenta.
- Formato: Publicación e historia de Instagram

15. Plan de comunicación

TEMÁTICA	AGOSTO 2024																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
#EnPau2024																																
Anuncio evento																																
Recordatorio evento																																
Evento																																

Fuente: Propia

Este mes de agosto, estará totalmente enfocado en dar la máxima visibilidad a la iniciativa de "Vacances en Pau", y también una especial atención al acto del proyecto.

#EnPau2024:

- Días de publicación: 2, 3, 7, 8, 12, 13, 17, 18, 22, 23 y 24 de agosto
- Contenido: Seguiremos el formato que empezamos el mes anterior.
- Formato: Publicación e historia de Instagram

Anuncio evento:

- Días de publicación: 5 de agosto
- Contenido: Se publicará un anuncio del evento, con detalles sobre el lugar, fecha y horario.
- Formato: Publicación de imagen en el perfil

Recordatorio evento:

- Días de publicación: 15 y 24 de agosto
- Contenido: Para que nuestros seguidores recuerden la fecha del evento, vamos a publicar otra vez los detalles del acto en forma de recordatorio.
- Formato: Historia de Instagram

Evento:

- Días de publicación: 25 de agosto (día del acto)
- Contenido: Vamos a ir publicando contenido del evento, de todas las actividades y de la experiencia de los visitantes al acto.
- Formato: Publicaciones en formato imagen e historia destacada

15. Plan de comunicació

- Acció 2 - Pàgina web de Sahara Horta:

Una de las herramientas de comunicació que más utiliza Sahara Horta es la página web. Es por ello, por lo que, consideramos que es una muy buena forma de dar a conocer el evento de forma gratuita y hacer que el mensaje llegue a mucho más público. En este caso, un mes antes del acto, se va a publicar un espacio web en el apartado de inicio, dando información detallada del evento. Allí, las personas que quieran acudir al acto, deberán rellenar un cuestionario indicando su nombre y el turno en el que desean venir. Esto, nos va a ayudar a tener una aproximación de número de asistentes.

Mockup página web de Sahara Horta



Fuente: Propia

15. Plan de comunicació

- Acció 3 - Foro en el Ajuntament de Barcelona:

En la pàgina web del Ajuntament de Barcelona, existe un apartado en el que hay un foro y allí se publican todas las actividades y eventos que se tienen previstos durante el mes en el que estemos. Desde el propio foro del Casal d'Entitats Mas Guinardó, se publicará un mes antes, el cartel del evento con toda la información detallada.

Mockup foro de l'Ajuntament de Barcelona

www.barcelona.cat

Cerca a barcelona.cat...

Català

Ajuntament de Barcelona

Casal d'Entitats Mas Guinardó

Horta-Guinardó

NOTÍCIES | AGENDA | CURSOS I TALLERS | SERVEIS | PROJECTES | ENTITATS | QUI SOM

Pl. Salvador Riera, 2. 08041 Barcelona ☎ 93 446 14 29

Agenda del Casal

ESDEVENIMENT BENÈFIC DE SAHARA HORTA
25/08/2024 de 12:00h - 20:00h
Diumenge 25 d'agost de 2024

Vine a gaudir d'un dia ple d'activitats i tallers per a totes les edats, així com un petit museu experiencial on podràs conèixer els nostres objectius i qui som. No et perdís l'oportunitat de fer costat a aquesta gran causa mentre et diverteixes i aprens sobre una cultura fascinant!

[llegeix més >>](#)

ACTIVITATS | GRUP D'INTERCANVI LINGÜÍSTIC
03/03/2023 - 18:30 to 28/07/2023 - 19:30
Tots els divendres de 18.30 a 19.30 h

Comencem el grup d'intercanvi lingüístic del Casal Mas Guinardó, una iniciativa sorgida de la Taula d'Interculturalitat del Mas Guinardó amb els Joves del projecte Llar d'Oportunitats, el Centre d'Acollida i altres veïns i veïnes del...

[llegeix més >>](#)

Imatges

Contacta

On som

« **Maig** »

Dil	Dm	Dc	Dj	Dv	Ds	Dg
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

🔍

Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

- Acción 4 - Invitación a través de e-mail:

Para invitar a todas los niños/as que ya estarán en España y a sus respectivas familias de acogida, se les enviará a éstas, un mensaje a través de e-mail mandándoles la invitación e informándoles al detalle en que va a consistir el evento. Los familiares van a recibir el e-mail un mes antes de la celebración. Esta acción ya se ha mencionado en el apartado del desarrollo del evento y se ha adjuntado un modelo de invitación.

Para: Familias de acogida de la asociación de "Sahara Horta"

De: Miembros de la asociación de "Sahara Horta"

Asunto: Evento de despedida y celebración del trigésimo aniversario de "Sahara Horta"

Estimados familiares,

En nombre de la asociación de "Sahara Horta", queríamos invitarles al acto de despedida y de celebración del trigésimo aniversario de la entidad que tendrá lugar en el Casal d'Entitats Mas Guinardó, el próximo domingo 25 de agosto de 2024. El evento empezará a las 12:00h del medio día y finalizará a las 20:00h de la tarde aproximadamente.

Es imprescindible que antes del domingo 13 de agosto se confirme asistencia a través del documento que se les adjuntará a continuación, llamado "Hoja de confirmación e información complementaria".

Notas de interés:

- **Acceso:** El acceso será por Plaça de Salvador Riera, 2, 08041 Barcelona y se podrá acceder tanto en transporte público como en vehículo propio.
- **Entrada:** Para poder acudir al evento, las personas interesadas, deberán comprar una entrada a través de nuestra página web. El precio de la entrada es de 7 euros por persona y todo el dinero recaudado, irá destinado a los campamentos de refugiados del Sahara.
- **Derechos de imagen:** Es necesario confirmar y aceptar los derechos de imagen, tanto propios como los de sus hijos/as, para poder asistir al evento.

Muchas gracias y esperamos verle muy pronto,

El equipo de "Sahara Horta".

Fuente: propia

15. Plan de comunicación

- Acción 5 - Post del evento en facebook e instagram tanto del casal como de Sahara Horta:

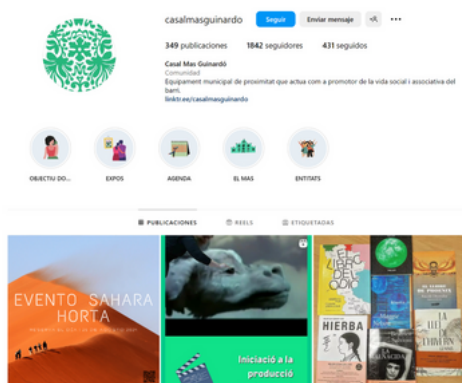
Con el fin de ampliar la difusión del evento, se aprovecharán las cuentas de Facebook e Instagram tanto del Casal Mas Guinardó como las cuentas oficiales de Sahara Horta. En este caso, quince días antes del evento, se publicará un post detallado en ambas plataformas, donde se proporcionarán todos los detalles relevantes sobre dicho acto, incluyendo la fecha, el lugar, el horario programado. Este post servirá como anuncio oficial del evento y captará la atención de los seguidores. Durante la semana previa al evento, se realizará un recordatorio diario a través de las historias de Instagram, brindando información breve pero impactante sobre el evento y generando expectativa.

Mensaje que va a tener la publicación:

*25/08/2024 de 12:00h - 20:00h
Domingo 25 de agosto de 2024*

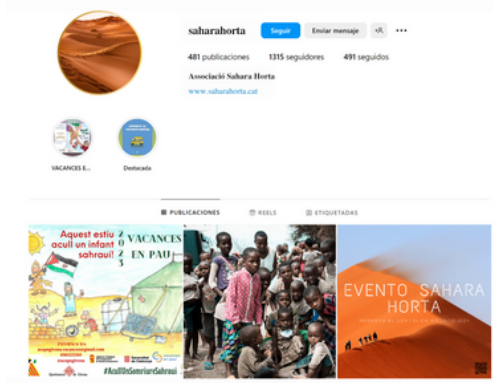
Ven a disfrutar de un día lleno de actividades y talleres para todas las edades, así como un pequeño museo experiencial donde podrás conocer nuestros objetivos y quién somos. No te pierdas la oportunidad de apoyar a esta gran causa mientras te diviertes y aprendes sobre una cultura fascinante!

Mockup post instagram de la cuenta del casal



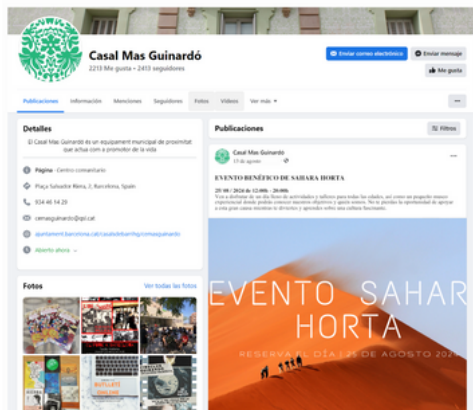
Fuente: Propia

Mockup cuenta de instagram de Sahara Horta



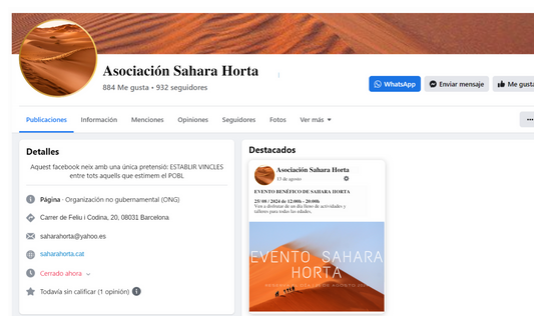
Fuente: Propia

Mockup post facebook de la cuenta del casal



Fuente: Propia

Mockup cuenta de Facebook de Sahara Horta



Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

Acciones offline:

- Acción 6 - Anuncio en la radio:

Para aumentar el impacto entre nuestro público objetivo, hemos planificado un anuncio en la radio de Barcelona FM para promocionar nuestro evento. Para asegurarnos de que llegamos a la mayor cantidad de personas posible, queremos que el anuncio se emita en el turno de mañana, es decir, a las 12 del mediodía. Consideramos que esta hora es clave, ya que al emitirse durante el mes de agosto, la mayoría de los usuarios están de vacaciones y la hora en la que suelen escuchar habitualmente la radio es distinta que durante los meses que están trabajando. Una semana antes del evento, los días lectivos, se emitirá este anuncio en el programa de mañana llamado...

El tono del anuncio será emocional, con un enfoque en la importancia de apoyar la iniciativa de "Vacances en pau" de Sahara Horta. Como el carácter de este anuncio será informativo, destacaremos los detalles del evento, como la fecha, hora y lugar del acto benéfico. También, incluiremos detalles adicionales como el precio de la entrada, el programa del evento y algunas de las actividades que se llevarán a cabo durante el acto. Por último, el mensaje del anuncio será claro y conciso, de tal forma que el público comprenda rápida y fácilmente el objetivo del evento y quiera participar en él.

La representación del anuncio será el siguiente:

"¿Quieres marcar la diferencia en la vida de los niños y niñas saharauis?"

Únete a nosotros en el evento benéfico Sahara Horta, donde podrás conocer en detalle el programa "Vacances en Pau". Juntos podemos demostrar nuestro apoyo y hacer realidad los sueños de estos niños.

El evento se llevará a cabo el día 25 de agosto desde las 12:00h hasta las 20:00h, en el Casal Mas Guinardo. La entrada tiene un coste de 7 euros, y podrás disfrutar de un programa emocionante lleno de actividades experienciales, música y sorpresas.

No te pierdas esta oportunidad de hacer el bien y apoyar a una gran causa.

¡Te esperamos!"

15. Plan de comunicación

- Acción 7 - Entrevista en la radio:

En este caso, quremos solicitar a la radio de Horta Guinardó, si pueden hacerle una entrevista al representante de la asociación Sahara Horta, quien ofrecerá detalles importantes sobre el evento y su impacto en el proyecto. La entrevista se centrará en presentar la asociación Sahara Horta y, en particular, el proyecto "Vacances en Pau", en el cual promocionaremos nuestro evento. Con esta entrevista, esperamos difundir el mensaje y motivar a la audiencia a participar en este acto y sobretodo en la causa del proyecto de "Vacances en Pau".

El programa que hemos elegido para divulgar nuestro evento es "La acogida", es un concepto clave en el Programa de Convivencia de Horta-Guinardó, ya que implica una actitud abierta y receptiva hacia las personas, una aceptación de su diversidad y una creación de un ambiente de bienestar para todos los participantes.

15. Plan de comunicación

- Acción 8 - Carteles en el barrio de Horta:

Haciendo referencia a la publicidad offline, queremos colgar carteles informativos acerca del evento en las calles del barrio de Horta. En total, vamos a colgar 500 carteles por las calles más concurridas del barrio, para, de esta manera, hacer que el evento tenga mucha más visibilidad. Esta acción, se realizará quince días antes del evento.

El diseño del cartel será atractivo y simple, destacando el día que se va a realizar el evento. Utilizaremos una imagen de fondo, que será un fondo del desierto, ya que se trata de uno de los paisajes más representativos del Sahara. Además, incluiremos un código "QR" en la esquina inferior derecha en color negro, que, al escanearlo, se les redigirá a la página web de Sahara Horta, cosa que permitirá a los interesados obtener información más detallada del evento y también registrarse para asistir y elegir el turno de entrada para el museo experiencial.

Cartel / póster en una calle del barrio de Horta



Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

- Acción 9 - Convocatoria de prensa:

Crearemos una convocatoria de prensa para informar a los medios de comunicación locales sobre nuestro evento que se llevará a cabo, para de esta forma, poder atraer su atención para que lo cubran y difundan entre su audiencia. El objetivo es lograr una mayor visibilidad y difusión del evento. Además, la cobertura mediática nos podrá ayudar a crear conciencia sobre el proyecto “Vacances en pau” y atraer a posibles futuras familias acogedoras para los niños/as del próximo verano.

*incluído en el apartado de anexos

15. Plan de comunicación

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN ON-EVENTO

La comunicación durante el evento tiene como función principal asegurar que los asistentes tengan una experiencia satisfactoria y se sientan involucrados en las actividades que se están desarrollando. En este caso, vamos a mantener a todos los invitados informados acerca de los horarios, las actividades, los cambios y cualquier información relevante que pueda afectar su experiencia. Para ello vamos a comunicarnos a través de:

- Acción 10 - Publicación de contenido durante el evento en redes sociales:

Para asegurar una buena gestión de las redes sociales y una cobertura completa del evento, vamos a contratar a una persona encargada de las redes sociales de la asociación Sahara Horta. Esta persona se encargará de publicar contenido en tiempo real en las cuentas de Instagram y Facebook, utilizando fotografías y videos de los aspectos más destacados del evento. Además, nos aseguraremos de obtener el consentimiento de los asistentes para publicar sus imágenes en las redes sociales. De esta manera, conseguiremos una difusión efectiva y una mayor visibilidad del evento.

15. Plan de comunicación

- Acción 11 - Atención de prensa:

Para esta acción, vamos a convocar al "Periódico de Catalunya" y el medio de comunicación audiovisual "Betevé", para que cubran la noticia del evento. Durante el evento, se habilitará un espacio exclusivo para la prensa en la que se les va a ofrecer una atención personalizada, se les va a proporcionar la información necesaria, entrevistas con los organizadores y beneficiarios, fotografías y material audiovisual para que puedan elaborar su reportaje.

15. Plan de comunicación

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN POST-EVENTO

En este caso, con la comunicación de después del evento, buscamos evaluar los resultados obtenidos y mantener la relación con los asistentes. También, queremos agradecer su participación. Para ello vamos a comunicarnos a través de:

- Acción 12 - Video resumen en redes sociales y página web:

Para esta acción tenemos previsto crear un video resumen que sirva como agradecimiento a todos los asistentes y como recuerdo del evento. En dicho vídeo se incluirá una selección de fotos y clips que se hayan grabado durante el acto, con el objetivo de expresar nuestra gratitud por su participación. Para ello, vamos a seleccionar las imágenes y clips más representativos del evento, asegurándonos de que muestren las actividades más destacadas, los momentos más emotivos y la participación de los asistentes. El video tendrá una duración de un minuto y medio aproximadamente y el material audiovisual que se utilice se va a organizar de forma cronológica para que haya una estructura coherente. De fondo sonará una música instrumental típica del Sahara y al final, vamos a incluir un mensaje de agradecimiento a los asistentes, resaltando los logros del evento y recordando el proyecto de "Vacances en Pau". Este vídeo se va a publicar en las cuentas de Instagram y Facebook de Sahara Horta, así como en su página web. Además, también les vamos a enviar el video por correo electrónico a los asistentes.

15. Plan de comunicación

- Acción 13 - Nota de prensa para los medios de comunicación:

*incluido en el apartado de anexos

Después del acto, vamos a enviar una nota de agradecimiento a los medios de comunicación por su cobertura del evento y por la difusión del proyecto principal que es "Vacances en Pau".

15. Plan de comunicación

- Acción 14 - Gestión de redes sociales post evento:

Después de llevar a cabo el acto, continuaremos compartiendo contenido en el perfil de Sahara Horta del proyecto "Vacances en Pau" tanto en Facebook como en Instagram. De esta manera, aseguraremos que el proyecto mantenga la visibilidad que hemos logrado hasta ahora, permitiéndole seguir creciendo.

TEMÁTICA	SEPTIEMBRE 2024														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Proyecto "Vacances en Pau"															
Recuerdos evento															
Testimonio de asistentes y voluntarios															
Publicidad de contacto para nuevos voluntarios															

Fuente: Propia

Durante las próximas dos semanas, compartiremos contenido relacionado con el evento y ampliaremos la información sobre la asociación Sahara Horta y su labor.

La importancia de "Vacances en Pau":

- Días de publicación: 1 de septiembre
- Contenido: Se creará un vídeo donde la gente podrá ver la importancia del proyecto "Vacances en Pau".
- Formato: Reel

Recuerdos evento:

- Días de publicación: 5 de septiembre
- Contenido: Se publicarán fotografías y vídeos de los recuerdos de la experiencia del evento.
- Formato: Publicación en el perfil en formato de imagen e historia de Instagram

Testimonio de asistentes y voluntarios:

- Días de publicación: 10 de septiembre
- Contenido: Durante el evento, se producirá un vídeo que mostrará testimonios de los asistentes, quienes compartirán su experiencia y reflexiones sobre el acto. Además, se destacará la valiosa labor de los voluntarios que hayan participado en el evento.
- Formato: Reel

Publicidad de contacto para nuevos voluntarios:

- Días de publicación: 15 de septiembre
- Contenido: Se compartirá un contacto, donde la nueva gente interesada en participar en el proyecto "Vacances en Pau" del año siguiente, podrá pedir información y presentarse a la asociación.
- Formato: Publicación en el perfil en formato de imagen e historia de Instagram

15. Plan de comunicación

15.2 Calendario

	Acciones	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago .	Sep.
PRE-EVENTO	Crear y gestionar redes sociales de Sahara Horta												
	Página web de Sahara Horta												
	Foro en el Ajuntament de Barcelona												
	Invitación a través de e-mail												
	Post del evento en facebook e instagram tanto del casal como de Sahara Horta												
ON-EVENTO	Anuncio en la radio												
	Entrevista en la radio												
	Carteles en el barrio de Horta												
	Convocatoria de prensa												
	Publicación de contenido durante el evento en redes sociales												
POST-EVENTO	Atención de prensa												
	Vídeo resumen en redes sociales y página web												
	Nota de prensa para los medios de comunicación												
	Gestión de redes sociales post evento												

Fuente: Propia

15. Plan de comunicación

15.2 Calendario

	JULIO 2024											AGOSTO 2024																												
DÍAS	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
TAREAS																																								
Diseñar cartel para todas las acciones	■																																							
Publicación del cartel del evento en la página web de Sahara Horta			■																																					
Publicación del cartel del evento en foro del Ajuntament de Barcelona			■																																					
Convocatoria de prensa																									■			■												
Recordatorio en instagram del casal y de Sahara Horta									■																															
Carteles en las calles de Horta																		■																						
Anuncio en la radio																											■													
Entrevista en la radio																											■	■	■	■										
Publicidad en redes sociales																																						■		
Atención en prensa																																							■	
Edición del video resumen																																						■	■	
Enviar el video por correo a los invitados																																							■	
Publicar el video en redes sociales																																							■	
Redactar la nota de prensa																																							■	
Enviar la nota de prensa																																							■	

16. Conclusiones finales

Una vez finalizado completamente el trabajo final, podemos establecer una serie de conclusiones relacionadas con el desarrollo del proyecto y el aprendizaje adquirido durante el mismo.

Consideramos que la decisión de organizar un evento en colaboración con la asociación Sahara Horta es la elección más adecuada para difundir su mensaje y valores, y proyectar la imagen de la entidad. Creemos que el evento puede ser una excelente oportunidad para dar a conocer el proyecto "Vacances en Pau" y sensibilizar a la sociedad sobre la difícil situación que atraviesan los niños y niñas del Sahara Occidental. Además, el evento permitirá estrechar lazos con la comunidad local y fomentar la solidaridad entre los ciudadanos.

Estimamos que tanto la actividad principal planificada para el evento, es decir, el museo experiencial, como los medios y canales de comunicación seleccionados nos permitirán alcanzar nuestro objetivo principal, que es dar visibilidad a la asociación, especialmente al proyecto "Vacances en Pau" y así, poder alcanzar un mayor número de familias de acogida posibles.

Además, creemos que las acciones propuestas durante el desarrollo del evento nos permitirán saber cuántas personas están interesadas en llevar a cabo el proceso de acogida en ocasiones futuras. También, nos permitirá identificar y corregir errores para mejorar en futuros eventos de la asociación.

Dado que somos una asociación sin ánimo de lucro, contamos con recursos económicos limitados, lo cual se reflejó en la organización del evento. Consideramos que si hubiéramos tenido un presupuesto más amplio, podríamos haber llevado a cabo un evento de mayor categoría y potencialmente alcanzar a un público más amplio. No obstante, a pesar de nuestras limitaciones, logramos desarrollar un proyecto creativo e innovador con una estrategia comunicativa efectiva.

17. Bibliografía

Obtenido de Associació Sàhara Horta. (s.f.). (2019, 20 mayo). Associació Sàhara Horta | Per a més informació contacta'ns: http://saharahorta.cat/?page_id=6

Afanis. (s.f.). Obtenido de <http://afanis.org/>

Asociación amistad saharai. (s.f.). Obtenido de Blog-ultimas noticias: <https://amistadsaharai.org/>

Associació Sàhara Horta. (10 de febrer de 2004). Obtenido de http://saharahorta.cat/?page_id=6

avvhorta. (12 de abril de 2022). Obtenido de Vacances en pau per infants saharais: <https://avvhorta.org/tag/associacio-sahara-horta/>

Catena, M. (30 de novembre de 2021). xarxanet. Obtenido de 'Un ordinador per a cada escola', més eines d'educació pels Campaments de Refugiats Sahrauís: <https://xarxanet.org/internacional/noticies/un-ordinador-cada-escola-mes-eines-deducacio-pels-campaments-de-refugiats>

Cruz roja. (s.f.). Obtenido de Acogimiento familiar: http://www.cruzroja.es/cre_web/formacion/materiales/pfacogimientofamiliar/index.html#/

Donostia San Sebastián. (s.f.). Obtenido de Acogimiento familiar temporal de menores saharais en verano:

<https://www.donostia.eus/info/udalinfo/tramites.nsf/vTramites/A98CAE6A01181F12C125814500390CC5?OpenDocument&idioma=cas&id=D580485>

García, B. (s.f.). Unión de asociaciones familiares. Obtenido de El Acogimiento familiar en España. Parte I: <https://unaf.org/el-acogimiento-familiar-en-espana-parte-i/>

Guia de atención al niño saharai. (s.f.). Obtenido de <https://saharandalucia.org/wp-content/uploads/2018/06/GUIA-DE-ATENCION-FAMILIAR-VeP.pdf>

Hospitalet amb el Sahara. (s.f.). Obtenido de Qué és LHS: <https://lhsahara.org/que-es-lhs/>

Iberdrola. (s.f.). Obtenido de Características de la generación X, Y Y Z: <https://www.iberdrola.com/talento/generacion-x-y-z>

Menéndez, I. F. (mayo de 2006). El conflicto del Sahara Occidental. Obtenido de <https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/P/D/PDF69.pdf>

Ministerio de asuntos exteriores, unión europea y cooperación. (s.f.). Obtenido de Magreb y Oriente Próximo: <https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/MagrebOrienteProximo.aspx>

Moreno, B. (28 de junio de 2019). El orden mundial. Obtenido de ¿Por qué la ONU considera al Sáhara Occidental colonia española?: <https://elordenmundial.com/por-que-onu-considera-sahara-occidental-colonia-espanola/>

17. Bibliografía

Occidental, U. m. (12 de enero de 2020). Sahara Occidental. Obtenido de Los campamentos de refugiados saharauis: <https://saharaoccidental.es/sahara/campamentos-refugiados-saharauis/>

RTVE.es. (18 de marzo de 2022). Rtve. Obtenido de ¿Qué dice la resolución de la ONU sobre el Sáhara?: <https://www.rtve.es/noticias/20220318/dice-resolucion-onu-sobre-sahara-proceso-descolonizacion-pendiente-desde-hace-decadas/2317004.shtml>

Sahara Horta Bloc. (11 de febrer de 2017). Obtenido de Vols acollir un infant sahrauí aquest estiu?: <http://saharahorta.blogspot.com/>

Sahara Ponent. (s.f.). Obtenido de <https://saharaponent.com/es/>

Terras Saharai. (s.f.). Obtenido de Associació Terras Saharai: <https://www.terrassaharai.cat/>

18. Anexos

En esta sección, vamos a incorporar el presupuesto proporcionado por los diversos proveedores para el desarrollo del evento, así como la convocatoria y la nota de prensa que utilizaremos para convocar a los medios de comunicación locales.

PRESUPUESTO DE LOS PROVEEDORES

Servicio de limpieza - Grupo Loang

Re: «Limpieza del Casal Mas Guinardó para un evento»

Recibidos x



nico pibe <ednico1@hotmail.com>

11:45 (hace 5 minutos)



para mí, presupuestosclientes@grupoloang.com

Hola Laura saludes,,

Presupuesto para las salas para los eventos, se hace en jornada con 2 operarios, con productos Ne wash,(no chino, no mercadona), polvo de techos, muros, puertas, desgrace, de cocina, limpieza de baños, cristales interior-exterior, otros,, y descontaminacion de olores,

Son 345€ + iva, hora 45€,

Nuestro servicio es impecable,

Enviado desde [Outlook para Android](#)

From: WordPress <wordpress@limpiezasespecialeslucedu.com>

Sent: Saturday, May 13, 2023 11:00:17 AM

To: presupuestosclientes@grupoloang.com <presupuestosclientes@grupoloang.com>; ednico1@hotmail.com <ednico1@hotmail.com>

Subject: «Limpieza del Casal Mas Guinardó para un evento»

Servicio de catering - Green Vita

GREEN	VITA	Evento Sahara Horta, 25 de Agosto
Bocados pasados...		
Gaspacho andaluz		
Dip de guacamole con nachos		
Tequeño de queso con tomate napolitano		
Nugget de pollo BBQ		
Bruschetta de mozzarella caprese		
Smash burger con cheddar ahumado		
Tortilla de patata y cebolla en pan de cristal		
Ravioli de puerro, feta y manzana		
Brocheta de pollo teriyaki		
Dulces para acabar...		
Oreo cake		
Carrot cake		
Bebidas...		
Agua, zumos, refrescos, cerveza y vinos orgánicos		
32 €		
* Precio por persona, IVA incluido para 150 personas. 1,5 horas de servicio.		
* Montaje, logística y desmontaje incluido en instalación del cliente.		
* No incluye limpieza tras evento.		
Cualquier otra oferta o necesidad consultar.		
		HEALTHY KITCHEN

*Adjuntado en un documento PDF

18. Anexos

CONVOCATORIA DE PRENSA

Associació Sàhara Horta

EVENTO BENÉFICO DE LA ASOCIACIÓN SAHARA HORTA

Estimados periodistas,

Tenemos el placer de invitarles al evento benéfico organizado por la asociación de Sahara Horta para apoyar el proyecto “Vacances en Pau”, que tendrá lugar el próximo domingo 25 de agosto en el Casal d'Entitats Mas Guinardó (Plaça de Salvador Riera, 2, 08041 Barcelona).

Durante este evento, habrá distintas actividades para todas las edades, entre las que destacamos un museo experiencial para conocer de primera mano el proyecto “Vacances en Pau” y cómo contribuye a mejorar las condiciones de vida en los campamentos de refugiados saharauis. Además, contaremos con música, comida y bebida, y muchas más sorpresas.

Para dar más detalles acerca del proyecto y del evento, contaremos con la presencia del máximo representante de la asociación Sahara Horta, quien estará disponible para atender a los medios de comunicación y responder a todas sus preguntas.

¡Les esperamos el domingo 25 de agosto a las 12:00 horas en el Casal d'Entitats Mas Guinardó!

Agradecemos confirmar su asistencia para garantizar su acceso.

Atentamente,

El equipo de Sahara Horta.

CONTACTO DE INFORMACIÓN:

☎ 624 71 87 67

🌐 www.saharahorta.cat

✉ saharahorta@yahoo.es

18. Anexos

NOTA DE PRENSA

Associació Sàhara Horta

EVENTO BENÉFICO DE LA ASOCIACIÓN SAHARA HORTA

- Sahara Horta impulsa con éxito el proyecto "Vacances en Pau" en su evento.

Este 25 de agosto de 2024 en Horta, Barcelona - Sahara Horta ha organizado hoy un evento para promocionar su proyecto "Vacances en Pau" y ha sido todo un éxito. El acto, que se ha celebrado en el Casal Mas Guinardó de Horta, ha supuesto una oportunidad única para que los asistentes conozcan de primera mano la vida de los niños del Sáhara, a través de un museo experiencial.

El acto ha sido una oportunidad para dar a conocer el trabajo que lleva a cabo Sahara Horta en la zona, y en especial, su proyecto "Vacances en Pau", que busca ofrecer un periodo vacacional a los niños y niñas saharauis, aquí en España, a través de una familia de acogida temporal.

Durante el acto, los asistentes han podido interactuar con los voluntarios de la asociación, conocer más sobre su trabajo y la realidad de los niños y niñas saharauis. Además, desde el museo vivencial se ha podido mostrar el día a día de los niños y niñas saharauis.

El acto contó con la presencia de medios de comunicación, que siguieron de cerca el desarrollo del evento y dieron a conocer el trabajo de Sahara Horta y su proyecto "Vacances en Pau".

Sahara Horta está muy satisfecha con el resultado del evento y espera seguir impulsando su proyecto "Vacaciones en Pau" con la misma eficacia y acogiendo a más y más niños y niñas saharauis en el futuro.

CONTACTO DE INFORMACIÓN:

☎ 624 71 87 67

🌐 www.saharahorta.cat

✉ saharahorta@yahoo.es