

PLAN DE TRABAJO DE
DIPLOCAT
2024

Diálogo internacional
Conectamos. Proyectamos. Capacitamos.

ÍNDICE

Presentación.....	1
Criterios de despliegue del Plan de trabajo	3
Actuaciones y presupuesto.....	4
Eje 1 – Conectar. Escuchar y ser escuchados.....	4
Eje 2 – Proyectar. Posicionar Cataluña en el mundo	6
Eje 3 – Capacitar. Fomentar la formación y el conocimiento.....	8
Actuaciones de comunicación y difusión.....	9
Indicadores de consecución de los objetivos.....	10
Plan de comunicación	11
Entidades miembros	13

Plan de Trabajo aprobado por el Pleno de DIPLOCAT el 14 de diciembre de 2023.

DIPLOCAT se encuentra actualmente en proceso de reforma de sus estatutos. En el momento en que el Pleno apruebe oficialmente la propuesta de nuevos estatutos, y de Cataluña Internacional como nueva denominación del consorcio, el presente Plan de trabajo se actualizará de forma automática.

PLAN DE TRABAJO DE DIPLOCAT 2024

Diálogo internacional
Conectamos. Proyectamos. Capacitamos.

Presentación

A partir del Plan estratégico de la entidad 2023-2026, se elabora el plan de trabajo anual, que incluye las actuaciones programadas con su correspondiente presupuesto, los indicadores de logro de objetivos y un plan de comunicación. Este plan de trabajo recoge las actuaciones que se llevarán a cabo en torno a los tres ejes que marca el lema de la entidad: “Diálogo internacional - Conectamos. Proyectamos. Capacitamos”. En el balance anual se concretarán y analizarán los indicadores de consecución de los objetivos, tanto los detalles de ejecución de las actuaciones como, siempre que sea posible, una valoración más cualitativa del impacto.

Eje 1 – Conectar. Escuchar y ser escuchados

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

- 1.1. Escuchar al público internacional.
- 1.2. Analizar e intercambiar buenas prácticas y modelos de excelencia.
- 1.3. Potenciar la participación y contribución de las instituciones y la sociedad civil del país en el ámbito internacional.

Eje 2 – Proyectar. Posicionar Cataluña en el mundo

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

- 2.1. Promover los activos y valores de Cataluña de la mano de las entidades miembros del consorcio y de la sociedad civil.

- | | |
|------|---|
| 2.2. | Promover el conocimiento de Cataluña entre instituciones, personas expertas y generadores de opinión. |
| 2.3. | Posicionar Cataluña en los medios de comunicación internacionales. |

Eje 3 – Capacitar. Fomentar la formación y el conocimiento

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

- | | |
|------|--|
| 3.1. | Fomentar la formación y capacitación de la sociedad civil en el ámbito internacional. |
| 3.2. | Fomentar la formación y capacitación en el ámbito internacional de las entidades miembros del consorcio. |



Criterios de despliegue del Plan de trabajo

Tal como recoge el Plan estratégico, a la hora de desplegar los diferentes objetivos y concretar las actuaciones a realizar, la entidad tiene que velar por:

- ▶ **Promover la colaboración.** Involucrar a las entidades miembros del consorcio en las actuaciones que se realicen y promover la colaboración entre ellas. La participación se vehiculará, entre otros, en torno a los diferentes grupos de trabajo:
 - Grupo de trabajo del mundo local.
 - Grupo de trabajo del mundo empresarial, social y sindical.
 - Grupo de trabajo del mundo académico y científico.

Al mismo tiempo, DIPLOCAT también implicará, siempre que sea posible, a otras entidades e instituciones, que con su experiencia ayuden a llevar a cabo las actuaciones programadas y las enriquezcan.

- ▶ **Descentralizar** y tener presente el conjunto de Cataluña. Según la temática a tratar, los grupos de trabajo se reunirán fuera de Barcelona. También las actuaciones y los actores involucrados deben buscar un equilibrio territorial para presentar el país en su conjunto y, sobre todo, para permitir colaborar con todas las entidades miembros de DIPLOCAT, dado que cerca de un tercio de estas son entidades locales que representan a todo el país.
- ▶ **Utilizar las herramientas clásicas de proyección y difusión internacional**, como los programas de visitantes internacionales, el intercambio de buenas prácticas, la organización de actividades públicas, la promoción de la capacitación y la interacción con los medios de comunicación.
- ▶ **Centrarse en aquellos temas que se consideren prioritarios** por su transversalidad e interés, que se definen anualmente en los planes de trabajo. Por una parte, habrá aquellas temáticas estratégicas identificadas como grandes debates globales, y por otra, aquellas en las que Cataluña es pionera o aspira a serlo, teniendo en cuenta el potencial de los diferentes ámbitos sectoriales (económico, social, académico, artístico, gastronómico, cultural, científico y deportivo, entre otros). Los planes anuales también marcan los países y áreas geográficas de actuación, partiendo de la base de que el entorno natural de Cataluña es Europa y el Mediterráneo.

Fruto de las reuniones con las entidades miembros de DIPLOCAT, en el marco de los diferentes grupos de trabajo, se han identificado los temas prioritarios sobre los que deberían centrarse las actuaciones de DIPLOCAT. Entre estos habría que destacar la emergencia climática y la transformación verde, el desarrollo rural y el equilibrio territorial, la reindustrialización del país, la agenda social, el aprendizaje y la formación, así como las implicaciones que todos estos ámbitos pueden tener en favor del empleo y el trabajo digno, dotando a todas las actuaciones de una perspectiva de género. También se ha remarcado que la Unión Europea sigue siendo el ámbito geográfico de referencia.

- ▶ **Potenciar el uso de las redes sociales** en cuanto herramienta primordial para la internacionalización y promover aún más su uso por parte de las entidades miembros del consorcio y la sociedad civil.

Actuaciones y presupuesto

PRESUPUESTO (IVA incluido)

Eje 1 – Conectar. Escuchar y ser escuchados	266.361,00 €
--	---------------------

Una parte clave del diálogo internacional, si no la más importante de todas, es la capacidad de escuchar al público al cual se quiere aportar una visión del mundo. Muchas veces, y como resultado de escuchar, se tiene que adaptar la manera de relacionarse con el mundo para llegar al máximo de actores influyentes. En este contexto, los mensajes unidireccionales difícilmente tienen cabida si pretenden ser creíbles. Cataluña tiene que buscar el reconocimiento aportando valor añadido a los problemas compartidos y generar con otros actores internacionales un relato y una estrategia común, con el fin de afrontar retos supranacionales. Eso permitirá a Cataluña posicionarse en primera línea y ser más competitiva en un mundo global.

Para hacerlo, hay que escuchar al mundo para identificar dónde se puede exportar el conocimiento y la experiencia, en los ámbitos en que Cataluña es o quiere ser líder, o para aprender otros modelos de éxito para hacerla más competitiva en aquellos en que no lo es.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

OE 1.1. Escuchar al público internacional.	53.361,00 €
---	--------------------

El consorcio escucha qué dice la opinión pública internacional sobre Cataluña y cuáles son los temas que más preocupan globalmente para generar posteriormente un diálogo constructivo.

Objetivos operativos

1.1.1.	Monitorizar cómo los medios de comunicación internacionales perciben Cataluña en sus diferentes vertientes.	
	▶ Monitorización de las noticias que aparecen sobre Cataluña en medios de comunicación internacionales.	15.367,00 €
1.1.2.	Conocer la percepción de Cataluña entre la opinión pública extranjera para saber cómo se la valora, como herramienta para poder diseñar tanto políticas específicas como la comunicación exterior, así como una futura estrategia de refuerzo de la marca país.	
1.1.3.	Establecer un seguimiento de conversaciones en las redes sociales (<i>social listening</i>) en abierto y en diferentes idiomas, con el fin de conocer en tiempo real las temáticas de conversación sobre Cataluña y los miembros del consorcio en el ámbito internacional.	
	▶ Monitorización continua de las menciones de Cataluña en redes sociales.	37.994,00 €
1.1.4.	Estudiar la viabilidad de posicionar Cataluña en un índice internacional de marca territorial (<i>place branding</i>).	

▶ Colaborar con las entidades catalanas responsables de desarrollar la marca territorial.	RP
---	----

OE 1.2.	Analizar e intercambiar buenas prácticas y modelos de excelencia.	145.000,00 €
----------------	--	---------------------

El consorcio incentiva el estudio y análisis de modelos de buenas prácticas internacionales, a la vez que promueve el conocimiento en el exterior de los sectores más pioneros del país promoviendo la colaboración público-privada.

Objetivos operativos

1.2.1.	Organizar programas de visitas fuera de Cataluña para conocer de primera mano casos de buenas prácticas y experiencias de interés.	
	▶ Visita a Suiza para conocer el modelo de las Naciones Unidas y las organizaciones internacionales, dirigida a las entidades catalanas con vocación internacional.	20.000,00 €
	▶ Visita a Dinamarca para conocer el sistema agrario que promueve la aplicación de nuevas tecnologías para mejorar la productividad. [Actuación recuperada del 2023].	25.000,00 €
1.2.2.	Promover seminarios y encuentros de intercambio de buenas prácticas en Cataluña con personas expertas internacionales.	
	▶ Ciclo sobre "El compromiso social y político del artista y su obra".	10.000,00 €
	▶ Intercambio de buenas prácticas y procesos de innovación sobre la atención integrada social y sanitaria y aplicación en entornos rurales y poco poblados.	15.000,00 €
	▶ Intercambio de buenas prácticas entre cámaras de comercio europeas. [Actuación recuperada del 2023].	15.000,00 €
	▶ Ciclo de debates con expertos latinoamericanos sobre temas de interés global.	10.000,00 €
	▶ MEDIMED 2024. Mercado de Documentales Euromediterráneos.	50.000,00 €
1.2.3.	Seguir la actividad de poder blando o <i>soft power</i> internacional por parte de otras entidades subestatales y sobre temas, personas y entidades de actualidad internacional para conocer otros modelos y promover alianzas de DIPLOCAT y de las entidades miembros con homólogos internacionales.	
	▶ Trabajo de campo, contacto y visitas para conocer los modelos más pioneros.	RP

OE 1.3.	Potenciar la participación y contribución de las instituciones y la sociedad civil en el ámbito internacional.	68.000,00 €
----------------	---	--------------------

El consorcio posiciona Cataluña en debates globales y facilita que las entidades y la sociedad civil del país puedan tomar partido y hacer aportaciones.

Objetivos operativos

1.3.1.	Promover y organizar debates de relevancia global en Cataluña contribuyendo a los mismos a través de la experiencia catalana en la materia que sea objeto de estudio.	
	▶ Conferencia sobre educación democrática (<i>Addressing hate speech</i> - UNESCO). [Actuación recuperada del 2023].	15.000,00 €
	▶ Debate global sobre los retos de la crisis de la democracia actual	15.000,00 €

	▶ Debate global sobre buenas prácticas en el trato de <i>las fake news</i> .	10.000,00 €
	▶ Conferencia sobre temática medioambiental.	15.000,00 €
	▶ Encuentro Europa en Blau.	3.000,00 €
1.3.2.	Visibilizar a los referentes catalanes en el mundo y darlos a conocer internacionalmente.	
	▶ Elaboración de vídeos con personalidades de reconocido prestigio para explicar los activos o valores de Cataluña.	10.000,00 €
	▶ Reunión de trabajo con los miembros del Consejo Consultivo del consorcio.	RP

Eje 2 – Proyectar. Posicionar Cataluña en el mundo

225.100,00 €

La gran diferencia entre el poder duro y el blando, los famosos *hard* y *soft power* de Joseph Nye, es que mientras uno trata de convencer con fuerza y represión, el otro lo hace con seducción y persuasión. Más allá de estos dos elementos, la vocación de diálogo, el fomento de la innovación y la cooperación entre todos los actores son un rasgo diferencial del poder blando de Cataluña que es necesario poner en valor.

Hay que tener en cuenta que la generación de una imagen pública y una corriente de opinión positivas en el ámbito internacional repercute directamente en múltiples niveles, desde la captación de empresas e inversiones hasta los intercambios de estudiantes universitarios, pasando por el incremento del turismo o la atracción de grandes acontecimientos culturales y deportivos.

Uno de los objetivos del consorcio es proyectar en el mundo los activos de Cataluña, contribuyendo a establecer y consolidar relaciones de amistad y de confianza. Para ello, el consorcio aprovecha también los grandes acontecimientos que se realizan en Cataluña para promover el país.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

OE 2.1.	Promover los activos y valores de Cataluña de la mano de las entidades miembros del consorcio y de la sociedad civil.	87.100,00 €
El consorcio acompaña a las entidades que quieren estar presentes en la escena internacional y las ayuda a encontrar espacios de colaboración entre ellas, mediante la organización de actividades conjuntas en diferentes ámbitos e incentivando las colaboraciones público-privadas.		
Objetivos operativos		
2.1.1.	Promover actuaciones para dar a conocer Cataluña de la mano de las entidades miembros del consorcio.	
	▶ Premio DIPLOCAT a la proyección empresarial.	15.100,00 €
	▶ Diálogos por una Europa Social. Jornada dirigida al tercer sector social de Cataluña.	15.000,00 €
	▶ Congreso internacional de cooperativismos.	15.000,00 €
	▶ Congreso Ibérico de Estudios Africanos.	7.000,00 €
2.1.2.	Promover actuaciones para dar a conocer Cataluña de la mano de la sociedad civil.	

▶ Campaña de comunicación web Books & Roses.	RP
▶ Barcelona Innovation Day - París. [Actuación recuperada del 2023].	20.000,00 €
▶ <i>Catalyst for Talent</i> . Encuentro de internacionalización del talento catalán a través de actores y actrices.	15.000,00 €

OE 2.2.	Promover el conocimiento de Cataluña entre instituciones, personas expertas y generadores de opinión.	51.000,00 €
El consorcio facilita el conocimiento directo y de primera mano de los valores y activos de Cataluña entre aquellos que muestran interés o son susceptibles de transmitirlos a su círculo de influencia.		
Objetivos operativos		
2.2.1.	Organizar programas de Visitantes Internacionales (PVIs) dirigidos a entidades o personas extranjeras de reconocido prestigio en su ámbito para que visiten Cataluña, la conozcan de primera mano y fomenten los lazos de unión con los respectivos países.	
	▶ PVI Young Leaders.	20.000,00 €
	▶ PVI en el marco de los Diálogos por una Europa social.	1.000,00 €
	▶ PVI de intercambio de buenas prácticas municipales sobre usos del tiempo. Visita de estudio a Cataluña de entidades de América Latina.	25.000,00 €
	▶ PVI con Global Chairs, red de mujeres G100.	5.000,00 €
2.2.2.	Ofrecer charlas a grupos de estudiantes y de visitantes internacionales que ya estén en Cataluña.	
	▶ Visita de estudiantes del Instituto de Educación Continua Lohmar, Alemania.	RP
2.2.3.	Colaborar en la configuración de la Red Cataluña Talento.	
	▶ Participación en la vocalía en el marco del Consejo de la Cataluña Exterior.	RP

OE 2.3.	Posicionar Cataluña en los medios de comunicación internacionales.	87.000,00 €
El consorcio vela para que la imagen de Cataluña que transmiten los medios extranjeros sea lo más rigurosa y mantiene contacto permanente con corresponsales y periodistas internacionales.		
Objetivos operativos		
2.3.1.	Organizar PVIs dirigidos a periodistas.	
	▶ PVI MEDIA Sant Jordi.	20.000,00 €
	▶ PVI Periodistas científicos. [Actuación recuperada del 2023].	15.000,00 €
	▶ PVI dirigido a periodistas internacionales durante el Festival de Arquitecturas de Barcelona MODEL.	5.000,00 €
	▶ PVI Manifiesta 15: sostenibilidad, arquitectura y paz.	30.000,00 €
	▶ PVI MEDIA en el marco del Concurso de Castillos de Tarragona.	15.000,00 €

2.3.2.	Realizar encuentros con corresponsales y periodistas internacionales.	
	▶ Contactos puntuales en función de la actualidad o actividades organizadas.	RP
	▶ Encuentro con corresponsales de medios internacionales para el día de Sant Jordi.	RP
2.3.3.	Publicar artículos en prensa internacional.	
2.3.4.	Colaborar con asociaciones de periodistas y medios de comunicación que trabajen para dar a conocer Cataluña en el mundo.	
	▶ Premio Ernest Udina a la Trayectoria Europeísta.	2.000,00 €

Eje 3 – Capacitar. Fomentar la formación y el conocimiento	339.600,00 €
---	---------------------

La proyección internacional de Cataluña es tarea de todos y para hacerlo correctamente hace falta formar y capacitar tanto al personal de las administraciones públicas catalanas como a la sociedad civil en su conjunto.

Múltiples actores han entrado en juego en el escenario internacional: las administraciones, los clubs deportivos, las universidades, los sindicatos, los ayuntamientos, las entidades culturales, las empresas, etc. Son los protagonistas reales, más allá del mundo político, de la proyección internacional del país. Hay que fomentar la formación con el fin de sensibilizar y mejorar la capacidad de internacionalización de la sociedad catalana. Conocer las áreas geográficas de influencia a nivel mundial, las herramientas del multilateralismo, los instrumentos de cooperación y en definitiva el funcionamiento de todos los niveles de gobernanza a nivel internacional facilitará su colaboración en la proyección exterior de Cataluña.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE)

OE 3.1.	Fomentar la formación y capacitación de la sociedad civil en el ámbito internacional.	284.600,00 €
El consorcio ofrece diferentes programas de ayudas y becas dirigidas a la sociedad civil con el objetivo de mejorar su formación y dotarla de una mayor capacitación para contribuir a la internacionalización del país.		
Objetivos operativos		
3.1.1.	Formar especialistas en cuestiones relativas a las relaciones internacionales que puedan colaborar en la proyección internacional de Cataluña.	
	▶ 41ª convocatoria de becas en relaciones internacionales 2024-2025 (10 becas de 27.000 € cada una).	199.800,00 €
	Gastos tramitación / publicidad.	3.000,00 €
	▶ 7ª convocatoria de becas en asuntos euromediterráneos 2024-2025 (Colegio de Europa, Natolín, Polonia), (2 becas de 27.000 € cada una).	54.000,00 €
	Gastos tramitación / publicidad.	3.000,00 €
	▶ Becas otorgadas en ejercicios anteriores.	7.800,00 €

	▶ Estudiar la viabilidad para otorgar becas para realizar estudios de posgrado en Cataluña en temas de relaciones internacionales.	RP
	▶ Acoger a estudiantes que quieran realizar estancias de prácticas académicas en la entidad.	1.000,00 €
	▶ Parlamento Europeo de los Jóvenes (EYP). Encuentro regional en Barcelona.	5.000,00 €
3.1.2.	Dinamizar las redes de alumni y exbecarios de la entidad.	
	Encuentro Red Alumni de la entidad.	10.000,00 €
	▶ Debates en el marco de la red Alumni del consorcio.	1.000,00 €
OE 3.2.	Fomentar la formación y capacitación en el ámbito internacional de las entidades miembros del consorcio.	55.000,00 €
	El consorcio organiza cursos de formación sobre temáticas de especial interés con el objetivo de mejorar la capacitación de las entidades miembros en calidad de actores de la proyección exterior de Cataluña, poniendo un énfasis específico en el conocimiento y uso de las redes sociales como herramienta para la internacionalización del país.	
	Objetivos operativos	
3.2.1.	Promover cursos de formación <i>ad hoc</i> : promover la formación en temáticas de interés global, colaborando con otras entidades e instituciones.	
	▶ 4a edición del Seminario sobre fondos europeos "Herramientas y oportunidades de financiación para los entes locales".	10.000,00 €
	▶ 5a edición del Seminario sobre fondos europeos "Herramientas y oportunidades de financiación para los entes locales".	10.000,00 €
	▶ Barcelona Science and Technology Diplomacy Summer School.	10.000,00 €
	▶ Summer School on the Mediterranean and Middle East.	10.000,00 €
	▶ 3a edición del Curso de acción ante organismos internacionales y europeos.	15.000,00 €
3.2.2.	Facilitar el conocimiento y las buenas prácticas en el uso de las redes sociales.	
	▶ Aplicable a todas las actuaciones.	RP
Actuaciones de comunicación y difusión		185.380,30 €
ACTUACIONES		
	▶ Ágoras: Elaboración de publicaciones de DIPLOCAT	10.000,00 €
	▶ Campaña de comunicación de la nueva identidad corporativa del consorcio.	30.000,00 €
	▶ Web con la nueva identidad corporativa del consorcio.	60.000,00 €
	▶ Estudio de viabilidad previa ejecución de la nueva web BooksAndRoses.	18.150,00 €
	▶ Nueva web BooksAndRoses.	67.230,30 €
TOTAL		1.016.441,30 €

RP= Recursos Propios

Indicadores de consecución de los objetivos

Eje 1 – Conectar. Escuchar y ser escuchados

Monitorizar medios	Número de informes 1
<i>Social listening</i>	Número de informes 1 anual y 11 mensuales
Visitas de estudio fuera de Cataluña	Número de visitas 2
Cuestionario de valoración de las visitas de estudio fuera de Cataluña	Número de cuestionarios 2
Seminarios y encuentros de buenas prácticas en Cataluña	Número de actuaciones 5
Cuestionario de valoración de los encuentros de buenas prácticas	Número de cuestionarios 2
Seguimiento de actividad de poder blando	Número de seguimientos 1
Debates globales en Cataluña	Número de actividades 5
Visibilizar los referentes catalanes en el mundo	Número de actuaciones 2

Eje 2 – Proyectar. Posicionar Cataluña en el mundo

Actuaciones en los diferentes ámbitos de la mano de las entidades miembros del consorcio	Número de actuaciones 4
Actuaciones en los diferentes ámbitos de la mano de la sociedad civil	Número de actuaciones 3
PVIs propios o en colaboración con otras entidades	Número de PVIs 4
Charlas a grupos	Número de charlas 1
PVIs dirigidos a periodistas	Número de PVIs 5
Cuestionario de valoración de los participantes de los PVIs	Número de cuestionarios de valoración 9
Encuentros con corresponsales o periodistas internacionales	Número de encuentros 1
Colaboraciones con asociaciones de periodistas y medios de comunicación	Número de colaboraciones 1

Eje 3 – Capacitar. Fomentar la formación y el conocimiento

Formar especialistas en cuestiones relativas a las relaciones internacionales: Programas de becas	Número de actuaciones 3
Formar especialistas en cuestiones relativas a las relaciones internacionales: Estancias de prácticas en DIPLOCAT	Número de estancias 6

Cuestionario de valoración de las estancias de prácticas	Número de cuestionarios 6
Dinamizar las redes de alumni y exbecarios	Número de actuaciones 2
Promover cursos de formación <i>ad hoc</i>	Número de cursos 4
Cuestionario de valoración de los participantes de los cursos	Número de cuestionarios 4

Plan de comunicación

La comunicación es un elemento esencial de la entidad, ya que uno de los principales objetivos de DIPLOCAT es justamente dar a conocer Cataluña, con sus activos y valores, en todo el mundo. Las actividades del consorcio tienen, por tanto, un componente comunicativo intrínseco de partida. Además, se continuará trabajando para explicar los valores, la misión y la visión de la entidad, subrayando su carácter consorcial y plural y la diversidad de actividades que realiza.

De todas formas, el gran reto comunicativo para el año 2024 será el cambio de nombre y de imagen gráfica de DIPLOCAT, tal y como establecen los nuevos estatutos que debe aprobar el Pleno del consorcio. En el momento en el que se apruebe la propuesta de nuevo nombre (Cataluña Internacional), que ya se ha trasladado a las entidades, será necesario diseñar un plan de comunicación específico que establezca los pasos a seguir en cuanto a la difusión, la implementación y el desarrollo de la imagen gráfica.

Al margen de esto, se parte de la base, y no se detalla en este plan, que todas las actividades que organiza DIPLOCAT se difunden en prensa, redes sociales, página web y otros medios digitales, como mínimo en catalán y en una lengua extranjera que habitualmente es el inglés. Todos los contenidos estáticos de la página web de DIPLOCAT están disponibles en seis idiomas: catalán, aranés, castellano, inglés, francés y alemán. Además, aquellas actividades susceptibles de ser interesantes para las entidades miembros les son comunicadas para que puedan participar y hacer difusión de ellas. Igualmente, y siempre que es posible, se intentará que la comunicación vaya más allá del acto en sí y se alargue en el tiempo, mediante una publicación o informe de conclusiones, por ejemplo.

La comunicación digital es uno de los puntales de la entidad, ya que se ha demostrado que es una forma eficaz, ágil y económica de llegar a un público muy amplio. De todas formas, la comunicación digital no sustituye al contacto directo y permanente con corresponsales y periodistas del extranjero de los medios tradicionales, muchos de los cuales tienen ya en la entidad un punto de referencia al que acuden a la hora de informar sobre Cataluña.

Del año 2024 se destacan las siguientes actuaciones, algunas de las cuales forman parte del objetivo estratégico 2.3 (Posicionar Cataluña en los medios de comunicación internacionales):

Comunicación institucional

- ▶ Velar por la aplicación de la imagen corporativa basada en la nueva marca de la entidad. Renovación de la página web, la señalética y material corporativo.
- ▶ Comunicación de la nueva imagen corporativa a las entidades miembros del consorcio, a las entidades colaboradoras y al público en general.
- ▶ Coordinación con las entidades miembros del consorcio para contribuir a difundir su actividad internacional y para compartir los datos de la monitorización internacional de redes sociales que les afecten.
- ▶ Difusión de las propias publicaciones.
- ▶ Envío de un boletín electrónico trimestral con las informaciones más destacadas de la entidad.
- ▶ Realización de una serie de vídeos cortos de promoción internacional de Cataluña con personalidades de reconocido prestigio para explicar los activos y valores del país.

Comunicación de actuaciones

- ▶ Comunicación de todas las actividades que se organicen a la prensa y a la población en general mediante la página web y las redes sociales.
- ▶ Difusión del informe de monitoreo sobre cómo los medios de comunicación internacionales perciben Cataluña en sus diferentes vertientes.
- ▶ Difusión de los informes de monitoreo de las menciones de Cataluña en redes sociales.
- ▶ Organización de programas de visitantes internacionales dirigidos a periodistas (Sant Jordi, Festival Model de Arquitecturas de Barcelona, Manifesta 15, Concurso de Castillos de Tarragona, etc.).
- ▶ Campaña #BooksAndRoses de internacionalización de la Diada de Sant Jordi.

Entidades miembros

Instituciones públicas y entidades municipalistas

- Generalitat de Cataluña
- Ayuntamiento de Barcelona
- Ayuntamiento de Tarragona
- Ayuntamiento de Gerona
- Ayuntamiento de Lérida
- Ayuntamiento de Viella y Medio Arán
- Diputación de Barcelona
- Diputación de Tarragona
- Diputación de Gerona
- Diputación de Lérida
- Consejo General de Arán
- Asociación Catalana de Municipios y Comarcas (ACM)
- Federación de Municipios de Cataluña (FMC)

Entidades del ámbito empresarial

- Consejo General de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de Cataluña
- Fomento del Trabajo Nacional
- Micro, pequeña y mediana empresa de Cataluña (PIMEC)
- Confederación de Cooperativas de Cataluña
- Asociación Multisectorial de Empresas (AMEC)
- Fundación Privada de Empresarios (FemCAT)

Entidades del ámbito social, sindical y deportivo

- Mesa de Entidades del Tercer Sector Social de Cataluña
- Unión General de Trabajadores de Cataluña (UGT)
- Comisiones Obreras de Cataluña (CCOO)
- FC Barcelona

Universidades, escuelas de negocios y centros académicos

- Universidad de Barcelona (UB)
- Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)
- Universidad Politécnica de Cataluña (UPC)
- Universidad Pompeu Fabra (UPF)
- Universidad de Lérida (UdL)
- Universidad de Gerona (UdG)
- Universidad Rovira i Virgili (URV)
- Universidad Ramon Llull (URL)
- Universidad Abierta de Cataluña (UOC)
- Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña (UVic-UCC)
- Universidad Internacional de Cataluña (UIC)
- Universidad Abat Oliba CEU (UAO CEU)
- Instituto Barcelona de Estudios Internacionales (IBEI)
- EADA Business School
- Barcelona School of Economics (BSE)