

## **SESIÓN Nº 7**

### **ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA DE LA JUNTA DE GOBIERNO**

**4 de NOVIEMBRE de 2021**

En la ciudad de Valencia, siendo las catorce horas y treinta minutos del día cuatro de noviembre de dos mil veintiuno, se reúnen en la Sala de Junta de Gobierno del Ayuntamiento de Valencia, en sesión ordinaria, los miembros de la Junta de Gobierno, previamente convocados al efecto, que a continuación se relacionan:

#### **PRESIDENTA:**

D<sup>a</sup>. Elisa Valía Cotanda (PSOE), representante del Ayuntamiento de Valencia

#### **VOCALES:**

D. Carlos Fernández Bielsa, Vicepresidente Primero (PSOE), representante del Ayuntamiento de Mislata

D. Agustín Emilio Sales Latorre (PSOE), representante del Ayuntamiento de Moncada

D. Juan Antonio Sagredo Marco (PSOE), representante del Ayuntamiento de Paterna

D. Ramón Puchades Bort (PSOE), representante del Ayuntamiento de Almàssera

D. Ramón Marí Vila (PSOE), representante del Ayuntamiento de Albal

D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup>. Dolores Tarín Belda (PSOE), representante del Ayuntamiento de Benetússer

D<sup>a</sup>. Ana Giménez Piquer (COMPROMÍS), representante del Ayuntamiento de Beniparrell

D. Josep Val Cuevas (COMPROMÍS), representante del Ayuntamiento de Paiporta

Preside la sesión la Sra. Presidenta, D<sup>a</sup>. Elisa Valía Cotanda y actúa como Secretario, D. José Antonio Martínez Beltrán. Asisten, el Sr. Interventor, D. Francisco Pastor Bono, el Sr. Gerente, D. Joaquín Juste Méndez, el Sr. Tesorero, D. Vicente Zaragoza Bolinches y el Sr. Jefe del Área Técnica, D. Ricardo Cerezo Gil.

Comprobada la existencia de quórum y declarado abierto el acto por la Presidencia, y por orden de la misma, se pasa a conocer los asuntos del Orden del Día, pronunciándose y resolviendo la Junta del modo que a continuación se expresa.

### **1. - APROBACIÓN DEL ACTA DE LA SESIÓN ANTERIOR.**

Por la Sra. Presidenta se pregunta a los miembros de la Comisión si tienen alguna observación que formular al acta de la sesión ordinaria celebrada en fecha siete de octubre de dos mil veintiuno y que ha sido oportunamente distribuida con la convocatoria.

**No habiendo observaciones al acta, queda aprobada.**

### **2. - DACIÓN DE CUENTA DEL CUMPLIMIENTO DE PLAZOS DE OBLIGACIONES PRIMER TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido en el Artículo 4º, punto 3, de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, por la que establecen medidas en la lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, con fecha 14 de julio de 2017 se ha procedido a enviar al Ministerio de Economía y Hacienda y a la Consellería de Economía y Hacienda, el informe correspondiente al cumplimiento de los plazos en el pago de las obligaciones de la EMSHI, correspondiente al primer trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno, del Informe del Sr. Tesorero, que literalmente dice:

“Según se desprende de la relación adjunta obtenida de la contabilidad de la Entidad, el número de facturas contabilizadas pendientes de pago a 31 de Marzo de 2021 que superan los 30 días desde la fecha de registro, es de cero €”.

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

### **3.- DACIÓN DE CUENTA DEL CUMPLIMIENTO DE PLAZOS DE OBLIGACIONES SEGUNDO TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido en el Artículo 4º, punto 3, de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, por la que establecen medidas en la lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, con fecha 14 de julio de 2017 se ha procedido a enviar al Ministerio de Economía y Hacienda y

a la Consellería de Economía y Hacienda, el informe correspondiente al cumplimiento de los plazos en el pago de las obligaciones de la EMSHI, correspondiente al segundo trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno, del Informe del Sr. Tesorero, que literalmente dice:

“Según se desprende de la relación adjunta obtenida de la contabilidad de la Entidad, el número de facturas contabilizadas pendientes de pago a 30 de Junio de 2021 que superan los 30 días desde la fecha de registro, es de Una, por importe de 28,60 € ”.

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

#### **4. - DACIÓN DE CUENTA DEL CUMPLIMIENTO DE PLAZOS DE OBLIGACIONES TERCER TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido en el Artículo 4º, punto 3, de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, por la que establecen medidas en la lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, con fecha 14 de julio de 2017 se ha procedido a enviar al Ministerio de Economía y Hacienda y a la Consellería de Economía y Hacienda, el informe correspondiente al cumplimiento de los plazos en el pago de las obligaciones de la EMSHI, correspondiente al tercer trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno, del Informe del Sr. Tesorero, que literalmente dice:

“Según se desprende de la relación adjunta obtenida de la contabilidad de la Entidad, el número de facturas contabilizadas pendientes de pago a 30 de Septiembre de 2021 que superan los 30 días desde la fecha de registro, es de Dos, por importe de 2.730,34 € ”.

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

#### **5. - DACIÓN DE CUENTA DEL PERÍODO MEDIO DE PAGO PRIMER TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el artículo 6.2 del Real Decreto 635/2014, de 25 de julio, el informe correspondiente al periodo medio de pago a proveedores de la EMSHI,

correspondiente al primer trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno que, por Resolución nº 2021/221 de 30 de Abril, de la Presidencia de la Entidad, en la parte dispositiva se acordó:

**"Primero.-** *Comunicar al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas el periodo medio de pago a proveedores del primer trimestre de 2021, que se establece en 31,26 días, de acuerdo con lo que prevé la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el Real Decreto 1040/2017, de 22 de diciembre.*

**Segundo.-** *Publicar en la web de la Entidad el período medio de pago a proveedores siguiendo los modelos tipo del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.*

**Tercero.-** *Dar traslado a los departamentos de Intervención y Tesorería a los efectos oportunos."*

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

## **6. - DACIÓN DE CUENTA DEL PERÍODO MEDIO DE PAGO SEGUNDO TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el artículo 6.2 del Real Decreto 635/2014, de 25 de julio, el informe correspondiente al periodo medio de pago a proveedores de la EMSHI, correspondiente al segundo trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno que, por Resolución nº 2021/391 de 29 de Julio, de la Presidencia de la Entidad, en la parte dispositiva se acordó:

**"Primero.-** *Comunicar al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas el periodo medio de pago a proveedores del segundo trimestre de 2021, que se establece en 21,23 días, de acuerdo con lo que prevé la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el Real Decreto 1040/2017, de 22 de diciembre.*

**Segundo.-** *Publicar en la web de la Entidad el período medio de pago a proveedores siguiendo los modelos tipo del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.*

**Tercero.-** *Dar traslado a los departamentos de Intervención y Tesorería a los efectos oportunos."*

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

## **7. - DACIÓN DE CUENTA DEL PERÍODO MEDIO DE PAGO TERCER TRIMESTRE 2021.**

En cumplimiento de lo establecido la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el artículo 6.2 del Real Decreto 635/2014, de 25 de julio, el informe correspondiente al periodo medio de pago a proveedores de la EMSHI, correspondiente al tercer trimestre de 2021, se da cuenta a la Comisión Informativa y a la Junta de Gobierno que, por Resolución nº 2021/516 de 26 de Octubre, de la Presidencia de la Entidad, en la parte dispositiva se acordó:

**"Primero.-** *Comunicar al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas el periodo medio de pago a proveedores del tercer trimestre de 2021, que se establece en 19,55 días, de acuerdo con lo que prevé la Orden HAP/2015, de 1 de octubre, por la que se desarrollan las obligaciones de suministro de información previstas en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera y en el Real Decreto 1040/2017, de 22 de diciembre.*

**Segundo.-** *Publicar en la web de la Entidad el período medio de pago a proveedores siguiendo los modelos tipo del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.*

**Tercero.-** *Dar traslado a los departamentos de Intervención y Tesorería a los efectos oportunos."*

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

## **8.- DACIÓN DE CUENTA DE LA RESOLUCIÓN POR LA QUE SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN 2022.**

(No se incluye esta información en cumplimiento de la Ley de Protección de datos).

Vista la resolución de la presidencia de la EMSHI nº 2021/531, de fecha 29 de octubre de 2021, que literalmente dice:

*«I.- Visto el Plan de Comunicación presentado por la asesora de comunicación de la Emshi que literalmente dice:*

### **"PLAN DE COMUNICACIÓN 2022**

#### ***¿De dónde partimos y qué queremos conseguir?***

*La Entidad Metropolitana de Servicios Hidráulicos (Emshi) suministra agua potable a más de 1,6 millones de habitantes, que son las personas que viven en València y su área metropolitana. Sin embargo, y a pesar de la incuestionable importancia de la labor de esta administración pública, la Emshi carecía hasta noviembre de 2020 de un departamento de prensa y, por lo tanto, de una estrategia de comunicación.*

*El desconocimiento generalizado por parte de la sociedad acerca de la función vital de la Emshi es extensivo, incluso, a administraciones con las que interactúa esta entidad, tal y como se ha comprobado en conversaciones mantenidas con personal de otros organismos. Lo que no se cuenta no se conoce. Y lo que no se conoce no existe. **Informar** a la población es una obligación, dado que se trata de una administración pública que gestiona un presupuesto de cerca de 30 millones de euros. La transparencia es necesaria y se alcanza de la mano de la información.*

*Ahora bien, más allá de la obligatoriedad de ofrecer los datos es necesaria la **divulgación**. Esto es, poner al alcance de la ciudadanía esa información, pues de nada sirve enseñar informes técnicos o licitaciones si no son comprensibles para el grueso de la población. El contexto y un lenguaje claro y próximo son necesarios para que la comunicación sea efectiva. Tan importante es informar como la exposición y difusión del contenido propio. O, dicho de otra manera, es necesario que la ciudadanía comprenda para poder pasar al siguiente escalón: la **implicación**.*

*La Emshi trabaja con el agua, un recurso muy valioso y escaso que debe ser consumido con responsabilidad. En este sentido, es fundamental la **concienciación** por parte de la entidad metropolitana para que los vecinos y las vecinas a quienes*

*suministra agua potable se impliquen y no malgasten agua. Es necesario explicar que cada acción cuenta y que cada vez que alguien decide hacer un consumo responsable está tendiendo la mano al planeta. La sobreexplotación de los acuíferos o el consumo masivo de plásticos de un solo uso asociado al agua embotellada en detrimento del agua del grifo no son temas menores y desde la administración pública se deben combatir a base de información y de ofrecer herramientas para poner freno a situaciones que hacen flaco favor al medio ambiente.*

*Las campañas de concienciación en favor del entorno, las inversiones económicas y tecnológicas realizadas por parte de la Emshi en la búsqueda incesante de la mejora del sabor del agua del grifo, la propia información sobre la alta calidad del agua que sirve y los esfuerzos del equipo técnico que trabaja en el campo de la ingeniería para asegurar el suministro y hacerlo de manera respetuosa con el medio ambiente reduciendo la huella de carbono en los procesos y evitando fugas para la eficiencia de la red son cuestiones más que noticiables. Son, de hecho, cruciales. Se predica con el ejemplo.*

*Y esto entronca irremediablemente con la **promoción** de la propia Emshi, para poner en valor el recurso con el que trabaja, el agua, pero también el propio engranaje de toda la entidad metropolitana para realizar su labor: abastecer de agua potable.*

*Además, es coherente pensar que emprender acciones de comunicación que impliquen a los municipios que forman parte de la Emshi impulsa la **cohesión** y la hermandad entre estas localidades y es un aliciente para actuar como un todo, como una entidad metropolitana, que tiene intereses y objetivos comunes.*

*Como se ha argumentado, informar, divulgar, concienciar y promocionar son las aristas de una misma piedra angular. La sensibilización, educación y la participación llegan de la mano de las acciones emprendidas desde el mismo lugar: la comunicación.*

☐ Informar: Lo que no se cuenta, no se conoce. Y lo que no se conoce, no existe. Transparencia.

☐ Divulgar: Exposición y difusión del contenido poner al alcance de la ciudadanía con un lenguaje claro y comprensible.

☐ Concienciar: Explicar que cada acción cuenta. Cada vez que alguien decide hacer un consumo responsable del agua está tendiendo una mano al planeta.

☐ Promocionar: Poner en valor la labor de la entidad metropolitana, que realiza una función clave para la ciudadanía, como es la potabilización y suministro de agua potable.

### **¿Cómo lo vamos a lograr?**

Es importante trazar una estrategia de comunicación profesional que, además, debe ser flexible. Un plan de comunicación debe necesariamente estar vivo y adecuarse a la realidad circundante.

#### ☐ Notas de prensa

Se sugiere continuar con la dinámica iniciada en noviembre de 2020 de envío de notas de prensa para **informar** sobre las inversiones y los logros de la Emshi para seguir cosechando impactos en los medios de comunicación de masas.

#### ☐ Campañas de comunicación

La Emshi no debería ser una administración ajena a la actualidad que le atañe (la amenaza de la sobreexplotación de los acuíferos, el peligro de periodos de sequía más largos y severos...), ni carecer de sensibilidad ante las iniciativas vinculadas con su labor y emprendidas por organismos tan importantes como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), por ejemplo. Los días tan señalados y conectados a la actividad de la Emshi son un buen momento para alinearse con metas loables y conectadas con el agua, como pueden ser los Objetivos de Desarrollo Saludable establecidos (ODS) en la Agenda 2030.

Por ello, parece razonable **concienciar** a la ciudadanía preparando campañas de comunicación en los días señalados en el calendario y relacionados con la labor de la Emshi y sus valores, como son:

#### ☐ Día Mundial del Agua (22 de marzo)

Se celebra cada 22 de marzo para recordar la relevancia de este recurso tan valioso. Y es necesario seguir poniendo el foco en este día porque, si bien los 1,6 millones habitantes de València y su área metropolitana disponen de agua potable gracias a la Emshi, según la ONU todavía hay 2.200 millones de personas que viven sin acceso a este líquido esencial para la vida.

Por ello, es fundamental poner en valor el agua para no dar por hecho disponer de él.

#### ☐ Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio)



*El agua es el origen de la vida y el elemento que integra los ecosistemas. Cuidar del agua es cuidar del medio ambiente y viceversa. Además, cuanto más se valore este recurso, menos se desperdiciará. El ahorro de agua entronca indiscutiblemente con el respeto al medio ambiente. La falta de lluvia o el cambio climático no son los únicos factores que amenazan la seguridad hídrica. El derroche de agua también influye.*

*La Emshi invierte en infraestructuras que contribuyen al ahorro de agua (teledetección, sensores, etc.) y a que, en definitiva, no se desperdicie ni una gota. Se trata de grandes inversiones en tecnología, algunas de ellas también orientadas a mejorar el sabor del agua del grifo en València y su área metropolitana e incentivar el consumo de agua del grifo en detrimento de la embotellada, que genera residuos plásticos altamente dañinos para el medio ambiente.*

*Además de predicar con el ejemplo, es coherente empezar con la concienciación ciudadana para necesariamente pasar después a la acción y lograr la implicación y colaboración de las personas para que también hagan un consumo responsable del agua. Es un recurso escaso y no se deben sobreexplotar los acuíferos por el bien del medio ambiente y, por extensión, del bienestar de la ciudadanía.*

□ *Día Mundial contra el Cambio Climático (24 de octubre)*

*La evidencia científica ha demostrado que negar el cambio climático es negar directamente la realidad. La acción de los seres humanos contribuye a la variación global del clima en la Tierra y, de la misma manera, también está en manos de la humanidad frenar esa situación amenazante en términos de bienestar y de futuro.*

*El cambio climático se manifiesta a través del agua en sus diferentes facetas y llega, incluso, a alterar sus ciclos, su calidad y su disponibilidad. El deshielo de los glaciares provocado por el calentamiento global, el consecuente aumento del nivel del mar y las sequías llegan con las alteraciones en el clima. Cabe esperar una gestión de los recursos hídricos que permita desarrollar la resiliencia climática.*

*De hecho, desde las Naciones Unidas se ha publicado en 2020 un informe sobre el Desarrollo de los Recursos Hídricos en el Mundo en el que hace la siguiente advertencia: "El cambio climático va a influir negativamente en la cantidad y calidad del agua disponible a nivel mundial para satisfacer toda una serie de necesidades humanas básicas, lo cual irá en menoscabo del derecho fundamental de miles de millones de personas a tener acceso al agua potable y el saneamiento."*

*En esta línea, la ONU hace un llamamiento a través de dicho informe -y de sus otros canales de comunicación- en busca de un compromiso por parte de autoridades para paliar los efectos del cambio climático y sus consecuencias en lo referente al agua. El documento de las Naciones Unidas se centra "en los desafíos, las oportunidades y las posibles respuestas al cambio climático, en términos de adaptación, mitigación y resistencia mejorada que pueden abordarse mejorando la gestión del agua." De acuerdo con la ONU, "combinar la adaptación y la mitigación del cambio climático, a través del agua, es una propuesta beneficiosa para todos, que mejora la provisión de servicios de suministro de agua y saneamiento y combate tanto las causas como los impactos del cambio climático, incluida la reducción del riesgo de desastres."*

*De modo que parece pertinente explicar las iniciativas de la Emshi para frenar los efectos del cambio climático, como puede ser la búsqueda de la eficiencia energética y la reducción de la huella de carbono en los procesos de potabilización. También tendría cabida, entre otros temas igualmente relacionados, explicar a la ciudadanía qué está en su mano para paliar la alteración del clima porque, en realidad, es una tarea a la que todos y todas podemos contribuir y que nos afecta, de igual modo, a Toda la humanidad.*

#### ☐ **Eventos**

*Los eventos son una buena vía para **divulgar**. Dan pie a la exposición de argumentos, a razonar y a llegar a conclusiones interesantes. Además, son formatos perfectos para invitar a expertos y expertas del sector, que enriquecen indudablemente el debate, tal y como ocurrió con el coloquio que organizó la Emshi con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente en junio de 2021, donde participaron diferentes voces, entre ellas, un Premio Jaume I.*

#### ☐ **Nueva página web: la actual es de 2008 y está obsoleta**

*La Emshi es una administración pública que se sitúa a la vanguardia del sector del agua, tal y como demuestran los proyectos iniciados y completados que mejoran la calidad del agua en alta suministrada. Además, la entidad no se conforma con abastecer de agua potable con máximas garantías, también apuesta por la búsqueda de tratamientos y técnicas para seguir en primera línea y hacerlo con una mirada sostenible.*

*Todos estos esfuerzos de la Emshi deberían verse reflejados en la principal ventana al mundo de la que dispone, como es la página web. El actual portal digital es de*

*2008, se ha quedado obsoleto y no proyecta con fidelidad que la Emshi está a la vanguardia de la ingeniería hidráulica y de los tratamientos de potabilización de agua para el consumo humano, dado que la imagen y la navegación que ofrece la web corresponde a tiempos pasados y no actuales.*

*Además, está incompleta, pues algunas pestañas están vacías ("en construcción"), carece de un apartado específico de "comunicación" donde correspondería publicar toda la información que genera la Emshi y los impactos en la prensa que ayudan a comprender el alcance y la importancia de la función de esta entidad. La página web actual tampoco contempla la comunicación a través de las redes sociales.*

*Parece coherente afirmar que la actual página web de la Emshi ha quedado funcional y tecnológicamente obsoleta, por lo que es necesario renovarla con el fin de prestar un servicio óptimo a la administración y, por supuesto, a los usuarios y a las usuarias. La rápida e indiscutible evolución del entorno tecnológico, el incremento de las exigencias de la ciudadanía como consecuencia de lo anterior, junto con las modificaciones en la legislación que refuerzan la administración electrónica hacen necesario afrontar el diseño e implantación de una nueva solución que permita mejorar la experiencia digital a la ciudadanía.*

## ☐ **II Edición Premios EMSHI: Poesía, Fotografía y Periodismo**

*Tras la I edición de los Premios Emshi, parece razonable que le siga una segunda para continuar con un proyecto que puede crecer potencialmente con cada nueva convocatoria: cada edición es una nueva oportunidad para invitar a la reflexión acerca de la indiscutible necesidad y dependencia del ser humano con el agua potable.*

*El agua es el origen de la vida y sin ella simplemente sería absolutamente imposible la civilización.*

*Tal afirmación, a pesar de ser cierta, puede sonar rimbombante. Por ello, se antoja interesante invitar a la población mediante estos premios, a mirar alrededor y a reconocer que sin el agua estamos perdidos. La Emshi interpela directamente a la ciudadanía para buscar su **implicación** en un asunto que, en realidad, depende de todos y de todas: hacer un buen uso del agua.*

*La categoría de Periodismo pretende reconocer la labor informativa y divulgativa de los medios de comunicación de masas y, al mismo tiempo, despertar en los y las periodistas la curiosidad por el ciclo del agua, a animarlos a investigar sobre el agua y los procesos de potabilización, sobre la distribución eficiente, así como a comunicar*

*la imperiosa necesidad de consumir agua de manera responsable. Si los y las periodistas están convencidos de que es importante que el agua y sus facetas estén en la agenda de actualidad, ese contenido llegará al público masivo, que es al final la clave. Consecuentemente, la Emshi adquiere notoriedad, **prestigio** y **visibilidad** ante tal escenario.*

*Respecto a la categoría de Poesía y Fotografía, resulta interesantísimo que la población se acerque al agua de una manera creativa, que explore las diferentes vertientes del agua, también desde un prisma artístico, apoyado de la fuerza de los versos y de la imagen.*

*La ciencia, la ingeniería, la química... son sectores con los que la Emshi trabaja a diario. Pero cuando se trata de agua, es necesario llegar a cuantos más sectores, mejor. Porque cada acción, cuenta. Cada gesto de cada persona, cuenta. Porque el agua es necesaria para poner en marcha toda actividad. Quizá haya quien no se crea capaz de escribir poesía o de coger una cámara y tomar imágenes, pero sí se deleite observando las fotografías de otros/as o se emocione con versos escritos por otras manos que no sean las suyas. Esta misma persona puede que no sea periodista, pero sí está expuesta a los mensajes que difunden los medios de comunicación de masas.*

*Por ello, tanto los Premios Emshi como una **exposición con las candidaturas recibidas** son piezas que encajan a la perfección en la línea de trabajo que persigue poner en valor el agua potable y, consecuentemente, **promocionar** la función de la Emshi.*

#### ☐ **Comunidad educativa: Concienciación y educación**

*Los y las escolares son, quizás, el sector de la población más difícil para concienciar acerca de ser responsables con el uso y consumo del agua, dada su corta edad. Sin embargo, también es quizás el sector más importante, dado que representa el futuro. Afortunadamente, los niños y las niñas que viven en València y su área metropolitana tienen el privilegio de tener agua potable sólo con abrir el grifo. A cualquier hora y todos los días del año.*

*Han crecido con tal suerte. Por ello, es posible que les cueste más asimilar que en el mundo hay personas -niños y niñas como ellos y ellas- que no tienen esa opción.*

*Es necesario ofrecerles explicaciones atractivas, alejadas de la formalidad del lenguaje administrativo y jurídico para acercarles a los procesos del agua y **educar** en la cultura del uso eficiente de este valioso recurso. Nunca se debe banalizar el*

*mensaje, pero sí adecuarlo a la audiencia. Por ello, parece razonable buscar vías de comunicación que puedan resultar interesantes e incluso divertidas para aprender sobre las fases por las que pasa el agua hasta llegar a sus hogares. También la concienciación respecto a un consumo responsable se antoja crucial y/o el impacto que tiene en el medio ambiente el uso de plásticos de un solo uso asociados al agua embotellada, entre otras cuestiones.*

*También la comunidad universitaria es un sector altamente interesante en este sentido.*

□ **Escultura/Exhibición itinerante: Cohesión de los municipios**

*Para poder influir, primero es necesario dar a conocer la existencia de la entidad y, después, destacar. Sólo así será posible conseguir la visibilidad y el prestigio para **sensibilizar** desde una posición de autoridad. Con ese espíritu, y teniendo en cuenta la infinidad de estímulos externos a los que la ciudadanía está sometida en la actualidad, el impacto se presenta como una interesante vía para llamar la atención y, por lo tanto, de **promoción**.*

*Con estos mimbres, se plantea la siguiente acción: Una campaña visual basada en una exposición/escultura (por determinar) altamente visible en una plaza, por ejemplo, que atrajera la atención de los viandantes y que acabara por hacer llegar el mensaje que la Emshi quisiera transmitir como administración pública dedicada al abastecimiento de agua en alta.*

*En la ciudad belga de Brujas, una enorme ballena hecha a partir de 5 toneladas de desechos de plástico que se recuperaron de los océanos Atlántico y Pacífico sorprendió a vecinos y a curiosos.*

*Esa escultura fue fotografiada por ciudadanos belgas, pero también por turistas que compartieron la imagen en sus redes sociales, amplificando así el mensaje que se quería transmitir. La idea de la estructura era crear conciencia sobre la amenaza que representan los desechos, en especial los plásticos, para los ecosistemas marinos.*

*La Emshi tiene capacidad para llamar la atención sobre asuntos absolutamente capitales y estrechamente relacionados con el agua. Greenpeace asegura que el 70% de España está en riesgo de desertificación y expertos internacionales apuntan a que al ritmo al que vamos en el mundo no seremos capaces de tener agua para satisfacer nuestras demandas en los próximos 25 años. Además, para fabricar una botella de*

*plástico, se necesita al menos tres veces más agua de la que pueda contener. Estos peligros, ligados a la sobreexplotación de los acuíferos, podrían ser objeto de una escultura o de un mural, por ejemplo.*

*Para que el impacto sea todavía mayor, podría ser interesante realizar el encargo a un/a profesional de València, pero reconocido/a a nivel internacional. Y si además se trata de un/a artista en línea con los valores medioambientales y, por tanto, ligados al agua, se le da todavía más coherencia al proyecto en su conjunto.*

*Además, con el fin de llegar al mayor número de personas posible lo ideal sería que la escultura o la exhibición en cuestión fuera itinerante por el área metropolitana. Este hecho también **potencia la hermandad y la cohesión de los 48 municipios** que en estos momentos forman la Emshi, ya que todos ellos forman parte de una entidad metropolitana que actúa como una unidad con intereses y objetivos comunes.*

☐ Con todo, se propone el siguiente desglose de presupuesto en materia de comunicación para el año 2022, basado en una estimación de precios:

### **PREVISIÓN PARTIDA DE COMUNICACIÓN 2022**

*Previsión de las acciones de comunicación de la Entidad Metropolitana de Servicios Hidráulicos (Emshi) para el año 2022.*

#### **Propuesta de actuaciones que puede ser objeto de contrato:**

☐ **Cuatro campañas comunicativas anuales:**

- 1. Día Mundial del Agua (22 de marzo)*
- 2. Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio)*
- 3. Día Mundial contra el Cambio Climático (24 de octubre)*

Todas las campañas tendrán los siguientes puntos:

*- Elaboración de un vídeo. Grabación (máximo dos jornadas de trabajo en València y su área metropolitana), edición y montaje de vídeo basado en la idea original del departamento de comunicación de la EMSHI o a propuesta de la empresa adjudicataria. Incluirá postproducción, grafismos, rotulación, subtítulo, voz en off, música con licencia de uso y demás elementos necesarios y requeridos para el proyecto. Además, en el caso de necesitar utilización de recursos audiovisuales de bancos de imágenes, estos serán con derechos y licencia de uso. La duración del*

*video será de entre 1 y 3 minutos. En una de las campañas se requerirá del uso de dron para la grabación de recursos gráficos.*

*- Se requerirá un cartel general en dos idiomas (castellano y valenciano). Diseño gráfico de la cartelería con creatividad y lema original basado en la idea del vídeo. Adaptación de cartel con creatividad y lema de la campaña a formato para redes sociales (Instagram, Facebook , LInkedin y Twitter).*

*- Cartón pluma y roll-up con creatividad y lema de la campaña.*

*- Creatividades para publicación en redes sociales. Entre 4 y 8 diseños originales por campaña, a especificar según necesidades. Adaptación a formatos de redes sociales en las que está presente la Emshi atendiendo al tamaño y al estilo requerido que demanda cada red.*

*- Organización y cobertura fotográfica del acto de presentación de la campaña, si lo hubiera.*

*- Adaptación del vídeo original de la campaña para insertar en páginas web de los ayuntamientos que forman parte de la Emshi y en redes sociales, teniendo en cuenta el tamaño, el estilo y el tiempo máximo de vídeo que demanda cada red y soporte.*

*- Inserción de publicidad con motivo de esta campaña en las redes sociales en las que está presente la EMSHI, para la amplificación del impacto de la campaña en público objetivo. Se destinarán 500 euros por campaña, que se repartirá entre las redes sociales de la EMSHI a criterio de la Emshi.*

*Todo el material debe estar preparado al menos una semana antes de la celebración de los Días Mundiales señalados anteriormente (Día Mundial del Agua, Día del Medio Ambiente, Día del Cambio Climático).*

*Importe por campaña: 7.000 euros. **Total: 21.000 euros** (IVA excluido)*

☐ **Dos eventos:**

*El departamento de prensa de la Emshi definirá con tiempo los eventos relacionados con el agua a realizar por parte de la empresa, pero estarán basados en coloquios, debates o mesas redondas, que pueden ser online o presenciales. En todo caso, en el supuesto de ser presenciales requerirán ser retransmitidos en directo y/o ser grabados.*



*En este apartado se incluye la cobertura completa del evento (que puede ser en exteriores) y el montaje y desmontaje.*

*Como referencia, las necesidades de cobertura del evento serán las siguientes, que podrán ser modificadas por la Emshi según las necesidades del evento, no significando un mayor coste para la empresa adjudicataria:*

- Un/a fotógrafo/a que cubra el evento y edite las fotografías.*
  - Cobertura audiovisual del evento en el que intervienen un máximo de cinco personas que requerirá al menos: tres cámaras, dos de ellas operadas por técnicos de cámara, microfonía de corbata, así como la mesa de sonido, cables y material necesario para la correcta cobertura del servicio.*
  - El servicio consistirá en la grabación del evento y la posterior edición del material filmado en el caso de como falso directo. Si se emite en directo, será necesaria la edición en tiempo real.*
  - Se grabarán totales de los participantes a cámara, a modo de resumen de su intervención, piezas que serán editadas de forma independiente para su uso en redes sociales.*
  - Se editará un vídeo resumen del evento que incluya las intervenciones grabadas a cámara y planos recurso (un máximo de 5 videos), de una duración no superior a los 2 minutos y 20 segundos. Este vídeo resumen tendrá música con derechos de utilización y rotulación, con posibilidad de subtitulación.*
- Incluye la rotulación de los asistentes y música o animaciones necesarias para la entrada y cierre del vídeo.*
- El vídeo debe ser exportado en el formato compatible para su emisión en el canal de Youtube.*
  - El equipo técnico deberá personarse al menos una hora y media antes del inicio del evento. La duración del evento no superará las 4 horas.*
  - La empresa contratada corroborará con el espacio sobre los requisitos técnicos y necesidades del espacio en el que se va a llevar a cabo el coloquio.*
  - Todo el material filmado y fotografiado será entregado a la EMSHI sin marca de agua.*

*Importe por evento: 4.000 euros. **Total: 8.000 euros** (IVA excluido).*



☐ **Otras acciones de comunicación para otros actos no contemplados en las campañas iniciales**

☐ **Bolsa de sesiones de fotografías**

*Las sesiones se demandarán para la cobertura de diferentes acciones, que pueden incluir visitas de obras. La sesión fotográfica será en Valencia y su área metropolitana, y de una duración no superior a la media jornada de trabajo (incluyendo desplazamiento). Todo el material filmado y fotografiado será entregado a la EMSHI sin marca de agua.*

*Importe por sesión: 300 euros. **Total: 1.200 euros** (IVA excluido)*

☐ **Bolsa de 100 horas de diseño gráfico**

*Diseño de infografías para redes sociales, maquetación de informes y otro tipo de documentos.*

*Presupuesto: 30 euros/hora.*

*Total: **3.000 euros**.*

**TOTAL: 33.200 euros (IVA excluido)**

**Otras acciones para la partida de comunicación 2022**

☐ **II edición Premios EMSHI de Periodismo, Fotografía y Poesía.**

☐ 2.000 euros por categoría. **Total: 6.000 euros** (A cada miembro del jurado se le abonarán 300 euros, a excepción de los miembros del jurado que formen parte de la Emshi).

☐ **Acto de entrega de los galardones de la II edición de los Premios EMSHI.**

☐ Organización del evento: **Total: 3.000 euros**

☐ **Exposición/Recital con las candidaturas presentadas a los Premios EMSHI.**

☐ **Total: 3.000 euros**

☐ **Exposición itinerante** (València y área metropolitana) impactante para concienciar sobre la necesidad de hacer un consumo responsable de agua y/o fomentar el uso de agua de la red metropolitana.

☐ **Total: 20.000 euros (IVA EXCLUIDO)**

☐ Actividad dirigida al **público infantil y/o a la comunidad educativa.**

☐ **Total: 22.000 euros (IVA EXCLUIDO)**

☐ **TOTAL: 87.200 euros**

☐ **Otros gastos: La nueva página web. (Consultar con área de Informática el coste).**

II.- Visto el Informe emitido por la Gerencia en fecha 29 de octubre de 2021.

En virtud de la Disposición Adicional Única de la Ley 8/2010, de 23 de junio, de la Generalitat Valenciana de Régimen Local de la Comunitat Valenciana en relación con las facultades conferidas por el artículo 80.2 de la citada Ley y demás normas de aplicación, **RESUELVO:**

**PRIMERO.-** Aprobar el Plan de Comunicación para 2022.

**SEGUNDO.-** Dar cuenta de la presente resolución a la Junta de Gobierno Local en la próxima sesión que celebre.»

**La Junta de Gobierno queda enterada.**

**9. - DESPACHO EXTRAORDINARIO.**

No habiendo asuntos que tratar en despacho extraordinario, se pasa al siguiente punto del orden del día.

**10. - RUEGOS Y PREGUNTAS.**

La Sra. Presidenta explica, aprovechando el punto de ruegos y preguntas, las alternativas que hay para hacer frente al tema de la sede de la Entidad.

Puede reformarse el inmueble, mantener el expediente de adquisición con un planteamiento financiero conservador, y buscar un alquiler alternativa, puesto que en el actual inmueble no hay espacio suficiente. Se está redactando un estudio económico para valorar las distintas opciones.

No habiendo ruegos ni preguntas ni más asuntos que tratar, por la Sra. Presidenta se levanta la sesión, siendo las catorce horas y cincuenta minutos. Para constancia de todo lo cual se extiende la presente Acta, de la que doy fe.