

Plan estratégico para el recuento completo para el censo 2020

Información	
Condado	San Diego
N.º de acuerdo	CCC-18-20001
Persona de contacto	Darlanne Hoctor Mulmat
Teléfono	(619) 699-7326
Correo electrónico	darlanne.mulmat@sandag.org
Fecha de presentación al estado	26 de julio de 2019

Contenidos

- 1.1 Plan de difusión..... 2
- 1.2 Enfoque 3
- Tabla 1: Recursos para actividades de difusión comunitaria potenciales 8
- 1.3 Coordinación de asociaciones..... 9
- Figura 1: Organigrama del grupo de trabajo de las partes interesadas para el Recuento Completo para el Censo 2020..... 9
- Figura 2: Estructura del Subcomité del CCC 10
- 1.4 Recursos e infraestructura 10
- 1.5 Ubicaciones de poblaciones difíciles de contar 11
- Figura 3: SANDAG SwORD 13
- 1.6 Plan de acceso de idiomas 14
- Tabla 2: Población con dominio limitado del inglés en la región de San Diego 15
- 1.7 Comité de Recuento Completo (CCC, por sus siglas en inglés) Local 16
- 1.8 Desarrollo de la fuerza laboral 16
- 1.9 Presupuesto..... 16
- Tabla 3: Presupuesto 17
- Tabla 4: Programación de resultados 18
- 1.10 Cronograma..... 19
- 1.11 Medición de resultados 20
- Apéndice A: Socios de Count me 2020 Coalition con fecha 16 de julio de 2019 21
- Apéndice B: Estrategia mediática 24



1.1 Plan de difusión

La Oficina de Censos de los EE. UU. se ha esforzado durante más de 200 años por contar a cada residente de la nación para determinar la cantidad de bancas que tiene cada estado en la Cámara de Representantes de los EE y distribuir los recursos financieros federales a las comunidades locales (por ejemplo, programas Head Start, transporte público, rehabilitación y construcción de carreteras). En apoyo de este esfuerzo, la Legislatura de California ha asignado \$26.5 millones para que los condados de California realicen actividades de difusión para el Censo de 2020 para garantizar que cada residente se cuente una vez, solo una vez, y en el lugar correcto.

La Asociación de Gobiernos de San Diego (SANDAG, por sus siglas en inglés), que actúa como el Centro Regional de Datos Censales designado por el estado para San Diego desde fines de la década de 1970, apoya activamente a la Oficina de Censos y a las agencias miembros en la preparación del Censo de 2020. Con el objetivo de lograr un recuento completo de todos los residentes en la región de San Diego, SANDAG coordinará los esfuerzos de difusión local en toda la región de San Diego y administrará \$1,565,350 en subsidios del estado para apoyar un enfoque de base para llegar a las comunidades con menos probabilidades de responder al censo por sí mismas (es decir, contestar el cuestionario del censo tras recibir una invitación inicial). Históricamente, estas “comunidades difíciles de contar” principalmente han incluido, pero no se limitan a:

- Personas sin acceso a Internet de banda ancha
- Niños menores de 5 años
- Personas con dominio limitado del inglés

Hay cuatro organizaciones principales que trabajan activamente en la región de San Diego para apoyar e incentivar un recuento completo de cada residente.

1. La Oficina de Censos de los EE. UU. realiza el recuento mediante la administración de la encuesta, un seguimiento puerta a puerta en las residencias que no responden por sí mismas y el despliegue de una campaña en los medios para dar a conocer el proceso del Censo, la cual solicita a los residentes que envíen sus respuestas electrónicamente después de recibir una postal por correspondencia con un enlace y una identificación de usuario específicos.
2. La Oficina de Recuento Completo de California proporciona recursos financieros según lo apropiado por la legislatura del estado para la difusión. Los recursos financieros se asignan a los gobiernos locales a través de SANDAG y las organizaciones comunitarias a través de United Way, como se explica a continuación.
3. SANDAG actúa como el agente fiscal para la financiación del Estado y coordina la difusión de los gobiernos locales.
4. United Way (la Organización Administrativa con Base en la Comunidad o ACBO, por sus siglas en inglés) administra los fondos para la difusión de base mediante la convocatoria de Count Me 2020, una coalición compuesta por más de 100 organizaciones cívicas y organizaciones comunitarias. (Ver la lista de socios con fecha 16 de julio de 2019 en el Apéndice A)

Este plan estratégico se está desarrollando para guiar los esfuerzos del gobierno local para llegar a las personas en la región de San Diego que tienen menos probabilidades de responder al Censo de 2020. Este documento describe estrategias, tácticas y cronogramas específicos (y describe las asociaciones específicas y cómo se aprovecharán los recursos) para lograr la tasa más alta de autorespuesta en el cuestionario del Censo 2020. Implica una estrecha coordinación con Count Me 2020 Coalition. Si bien este plan se centra en los esfuerzos liderados por SANDAG con las jurisdicciones locales, la relación de colaboración entre la ACBO y SANDAG se considera como un solo esfuerzo. Además, continúa la estrecha coordinación con la Oficina de Recuento Completo de California y la Oficina de Censos de los EE. Se proporcionarán más detalles a través del Plan de implementación, que se finalizará a finales de septiembre.

El plan incluye una campaña de comunicaciones “por aire” y “por tierra” que involucra a mensajeros de confianza¹, quienes partirán con una estrategia general para llegar a todos los residentes, seguida por un enfoque en las poblaciones difíciles de contar.

¹ Los mensajeros de confianza generalmente trabajan y comprenden cómo incentivar con éxito a las partes interesadas de la comunidad. Los mensajeros de confianza por lo general son representantes de organizaciones comunitarias.

El proceso será guiado por el Grupo de Trabajo de las Partes Interesadas para el Recuento Completo para el Censo (CCC, por sus siglas en inglés) 2020 de SANDAG, que proporciona una supervisión de alto nivel de la difusión comunitaria para garantizar que se evite la duplicación y se aborde cualquier deficiencia. Además, los miembros del grupo incentivarán la participación en el Censo de 2020 al actuar como embajadores. Brindarán información a través de reuniones regulares sobre los planes estratégicos y de implementación, recomendarán que la Mesa Directiva de SANDAG apruebe asignaciones de recursos financieros, recibirán noticias y actualizaciones, y supervisarán el progreso de la difusión. Este grupo de trabajo contará con el respaldo de subcomités para realizar el trabajo. Todo el trabajo se finalizará en estrecha colaboración con la ACBO. Vea las figuras 1 y 2 para conocer los organigramas.

Objetivo: Si bien la tasa de respuesta del Censo en la región de San Diego fue de 78 por ciento en 2000, se redujo a 72 por ciento en 2010. El objetivo de este programa de difusión es combatir esta tendencia descendente, superar la tasa de 2010 y alcanzar o sobrepasar el nivel de 2000.

1.2 Enfoque

Se utilizó la herramienta de mapeo Estatal de Difusión y Despliegue Rápido (Statewide Outreach and Rapid Deployment, SWORD) desarrollada por la Oficina de Recuento Completo de California para identificar las áreas y poblaciones con menos probabilidades de responder al Censo de 2020. La herramienta incluye un índice difícil de contar (hard to count, HTC) basado en el resultado difícil de contar de los censos anteriores de la Oficina de Censos de los EE. UU. e incluye 14 variables demográficas, habitacionales y socioeconómicas relacionadas con un área que es difícil de enumerar (es decir, contar). Este índice ayuda a identificar áreas con altas concentraciones de personas que tienen menos probabilidades de responder al Censo. Un índice HTC de 37 sirvió como el umbral mínimo para los sectores censales o grupos de bloque que requieren difusión. Se eligió este nivel porque es el promedio estatal.

Las 18 ciudades de la región, junto con el Condado de San Diego, (que son todas las agencias miembros de SANDAG) han participado en la creación de este plan estratégico y han sido invitadas a ayudar en la implementación de la difusión. La ACBO también ha apoyado el desarrollo del plan estratégico para asegurar la alineación con los esfuerzos de Count Me 2020 Coalition.

La difusión se implementará en tres fases, de acuerdo con las recomendaciones de la Oficina de Recuento Completo de California y la Oficina de Censos de los EE. UU.: Educación, Motivación y Activación. El Grupo de trabajo de las partes interesadas del CCC 2020 de SANDAG coordinará los detalles específicos con respecto a las actividades en cada fase. Las listas a continuación reflejan algunas de las posibles actividades que el Grupo de trabajo puede decidir implementar. Gran parte de la estrategia puede llevarse a cabo a través de los recursos existentes dentro de los gobiernos locales. Las actividades que implican recursos financieros estatales se anotan en cursiva y se resumen en la Tabla 1. Información adicional sobre la estrategia mediática puede encontrarse en el Apéndice B.

Educación (octubre - diciembre 2019): La fase de educación pública aumentará la conciencia de que se está llevando a cabo el Censo 2020 y transmitirá la importancia de participar. Durante esta fase pueden ocurrir las siguientes actividades.

- Promoción de vacantes laborales para el censo
 - Publicar los trabajos disponibles en el Censo para ayudar con el recuento del Censo de 2020 (por ejemplo, censistas o quienes efectúan la encuesta del censo).
 - Promover las vacantes laborales para el Censo a través de agencias locales de desarrollo de la fuerza laboral y universidades comunitarias. A estos grupos se les pedirá que identifiquen candidatos viables y proporcionen asistencia con la solicitud.
- Amplificar el mensaje del censo
 - Recordarles a los constituyentes por qué es importante la participación en el Censo de 2020 durante las presentaciones de los funcionarios electos, así como en los boletines informativos y otras comunicaciones.
 - Incluir mensajes del Censo durante celebraciones, festivales y eventos comunitarios (por ejemplo, desfiles, ferias, festivales étnicos y otras reuniones).

- Difundir la información del Censo a través de centros comunitarios (por ejemplo, Clubes de Niños y Niñas, YMCA, iglesias, etc.), beneficiarios de subsidios en bloque comunitarios, colaboraciones comunitarias, agencias de servicio social, etc.
- Compartir mensajes del censo mediante canales de la Oficina de Educación del Condado de San Diego County (SDCOE, por sus siglas en inglés), tales como: boletines informativos, redes sociales y el sitio web de SDCOE.
- Los esfuerzos dirigidos por las bibliotecas entre las poblaciones difíciles de contar para incentivar la participación en el Censo como parte de sus operaciones regulares.
- El Condado de San Diego se compromete a promover un recuento preciso del Censo y está considerando las siguientes estrategias de difusión, especialmente entre las comunidades difíciles de contar de las áreas no incorporadas de la región.
 - Mensajes dirigidos a canales de medios existentes controlados por el Condado, como publicaciones, boletines informativos, redes sociales y otros tipos de comunicación con los clientes.
 - Incentivar a los socios existentes de Live Well San Diego a participar en la iniciativa del Censo.
 - Colocar cartelería en las oficinas del Condado, centros comunitarios, centros de recursos familiares y refugios para animales. *El presupuesto incluye fondos para apoyar la producción de cartelería.*
 - Proporcionarle información del Censo al personal del Condado que interactúa con las poblaciones HTC en sus tareas habituales.
- Asociarse con la Comisión de Viviendas de San Diego y otras organizaciones de confianza para incluir la cartelería del Censo y los mensajes en los canales de comunicación regulares. *El presupuesto incluye fondos para apoyar la producción de cartelería.*
- Solicitar el apoyo de los constructores, la Federación de Viviendas y los dueños de propiedades para transmitir mensajes sobre el Censo.
- Ponerse en contacto con los parques de casas rodantes a través de correos de rutina (por ejemplo, cuando se deben pagar las cuotas administrativas).
- Educar a los alumnos sobre el censo
 - Trabajar con preescolares, K-12 y universidades para incorporar los currículos de “Estadísticas en la escuela” y enviar mensajes a casa.
 - Compartir recursos del Juego de Herramientas de Comunicación y Difusión en las Escuelas de California en múltiples idiomas con los 42 distritos escolares locales y la SDCOE.
 - Proporcionar capacitación en el condado de San Diego a los profesores de historia y estudios sociales a través de los currículos de “Census 2020 Count Me In: Taking Informed Action Today” y “Census 2020 Count Me In: A Historical Perspective” para los grados 5, 8, 11, y 12.
 - Promover un concurso de carteles para ventanas en las escuelas; pedirles a los negocios locales que exhiban los carteles. Incorporar estas actividades a los programas extracurriculares, en el parque y en los programas recreativos.
- Educar al personal
 - Proporcionar capacitación sobre cómo incentivar la participación en el Censo de 2020, que se alinee con la capacitación brindada a través de la ACBO para garantizar la coherencia.
 - Promover las capacitaciones de la ACBO para llegar al mayor número de organizaciones posible.
- Desarrollar un programa de embajador

- Solicitar voluntarios de la comunidad que tengan pasión por lograr un recuento exacto para el Censo 2020, que estén activos en su comunidad y en organizaciones locales, y que estén emocionados por involucrar a otros con información sobre el censo, parecido al [programa en Virginia](#)².
- El presupuesto incluye fondos para apoyar la coordinación de este programa, que continuará en las fases de motivación y activación.

Motivación (enero - febrero 2020): A principios de 2020, la difusión comunitaria se centrará en motivar la participación en el Censo general y en particular en las comunidades HTC y puede incluir lo siguiente. Estas actividades se coordinarán estrechamente con la ACBO para garantizar una mensajería cohesiva y evitar la duplicación.

- Continuar amplificando el mensaje y educando a los alumnos en el censo, como se describe en la fase de educación.
- Incluir alertas y recordatorios en notificaciones de las agencias públicas, como correos, folletos, facturas de servicios públicos y otras facturas, cartelería, boletines informativos, páginas web (incluido el enlace al sitio web de Count Me 2020 y la página de inicio del Censo de 2020), redes sociales³, etc. Esta estrategia pretende llegar a todos los residentes, incluidas las poblaciones HTC.
- Los esfuerzos dirigidos por las bibliotecas entre las poblaciones difíciles de contar para incentivar la participación en el Censo 2020 como parte de sus operaciones regulares.
- Usar máquinas franqueadoras para sellar el mensaje del Censo en el correo de salida de las agencias públicas.
- Organizar eventos especiales y foros cívicos abiertos centrados en el Censo de 2020. El presupuesto incluye fondos para apoyar estos eventos que se realizan exclusivamente para la difusión del Censo, incluidos incentivos para aumentar la asistencia (por ejemplo, refrigerios, materiales promocionales, actividades para niños, artículos para crear un ambiente divertido y acogedor, etc.).
- Organizar eventos en propiedades de viviendas asequibles. *El presupuesto incluye fondos para apoyar estos eventos.*

Activación (marzo - abril 2020): Dado que se espera que las postales del Censo provenientes de la Oficina de Censos de los EE. UU. lleguen en marzo de 2020⁴, la fase de activación se centrará en la autorespuesta. Similar a la fase de motivación, estas actividades se coordinarán estrechamente con la ACBO y pueden incluir lo siguiente:

- Llevar a cabo una ceremonia de inauguración y un evento en los medios de comunicación para promocionar la entrega de los materiales del Censo. *El presupuesto incluye fondos para apoyar estos eventos de lanzamiento (incluidos incentivos para aumentar la asistencia), que se llevarán a cabo en colaboración con Count Me 2020 Coalition.*
- Organizar una “Maratón del Censo” en las estaciones de acceso público o a través de los canales de las redes sociales (por ejemplo, el chat en vivo de Twitter en las páginas de Count Me 2020) donde las personas pueden llamar o hacer comentarios con preguntas sobre el Censo y obtener asistencia para completar su formulario. *El presupuesto incluye fondos para apoyar estos eventos (incluidos incentivos para aumentar la participación), que se llevarán a cabo en colaboración con Count Me 2020 Coalition.*
- Conectar a grupos de jóvenes con personas de la tercera edad para contestar el Censo.
- Continuar amplificando el mensaje como se describe en la fase de educación.

² commonwealth.virginia.gov/advisory-boards/virginia-complete-count-commission/ways-to-engage/

³ Las redes sociales incluyen Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn y NextDoor.

⁴ Tomar en cuenta el calendario de las elecciones primarias (3 de marzo) al programar eventos y otras iniciativas de difusión.

- Utilizar los puntos de acceso público a Internet existentes como quioscos de asistencia para cuestionarios en locales como bibliotecas, centros comunitarios de viviendas asequibles, escuelas, centros/parques recreativos comunitarios, centros para personas de la tercera edad y otros centros comunitarios. Iniciar automáticamente estos dispositivos en la página web del Censo para completar la encuesta. La Oficina de Censos de los EE. UU. dará capacitación al personal de estos locales para proporcionar asistencia en cómo completar el Censo.
- Aumentar la disponibilidad de acceso a Internet (por ejemplo, en bibliotecas, centros comunitarios de viviendas asequibles, escuelas, centros/parques recreativos comunitarios, centros para personas de la tercera edad u otros centros comunitarios) mediante el alquiler de dispositivos adicionales dedicados a la finalización del Censo en ubicaciones específicas difíciles de contar. *El presupuesto incluye fondos para apoyar el alquiler de equipos.*
- Establecer y dotar de personal a centros/quioscos de asistencia (incluidos dispositivos móviles) en áreas donde no hay puntos de acceso a Internet públicos y aún no exista el acceso a Internet de banda ancha personal (por ejemplo, bibliotecas, centros de recursos disponibles a través de escuelas, iglesias, centros para personas de la tercera edad, etc.). *El presupuesto incluye fondos para apoyar el alquiler de equipos.*
- Organizar eventos de “Completar el Censo” en los centros/quioscos de asistencia para cuestionarios, en las escuelas que usan bancos de computadoras y en las salas informáticas en unidades de viviendas asequibles, centros para personas de la tercera edad, centros LGBTQ, etc. *El presupuesto incluye fondos para apoyar estas actividades (incluidos incentivos para aumentar la participación), que se llevarán a cabo en colaboración con Count Me 2020 Coalition.*
- Promocionar la línea de asistencia gratuita para el Censo de la Oficina de Censos para obtener ayuda con el cuestionario.
- Coordinar con Count Me 2020 para establecer un sistema de mesa de asistencia para responder a las preguntas relacionadas con el Censo, ayudar a completar el Censo y manejar la información errónea. Una opción que se está considerando es desarrollar un Memorando de Entendimiento entre United Way y el 211 de San Diego. El Especialista de Asociación de la Oficina de Censos de los EE. UU. brindaría capacitación a los empleados de 211. Otra idea es aprovechar el contrato estatal con CommunityConnect Labs para utilizar herramientas como la Mesa de ayuda, el Informante de Información Errónea y el Motivador Comunitario.
- Apoyar el banco telefónico y las iniciativas de difusión comunitaria puerta a puerta de las CBO a través de un programa “Adopte un Bloque” (similar al programa en el Condado de Los Ángeles). *El presupuesto incluye fondos para apoyar estas iniciativas.*
- Desarrollar una asociación público-privada para proporcionar puntos de acceso WiFi móvil para la difusión en eventos comunitarios o iniciativas puerta a puerta, para facilitar la participación en el Censo fuera de los puntos de acceso a Internet públicos existentes.
- Incentivar a los funcionarios electos locales, personas influyentes y otros miembros prominentes de la comunidad a compartir información sobre el Censo a través de las redes sociales, para promover la participación.
- Organizar una campaña publicitaria híperenfocada para llegar a las personas en las áreas HTC a través de publicidad exterior y digital, y a través de publicaciones impresas cuyo público incluye a poblaciones difíciles de contar.
- Organizar una campaña en los medios de comunicación ganados para compartir detalles sobre cómo participar en el Censo (es decir, solicitar la cobertura mediática que va más allá de la publicidad tradicional a través de eventos de los medios de comunicación, comunicados de prensa, etc.) para compartir detalles sobre cómo participar en el Censo.
- Explorar la posibilidad de publicar videos sobre el Censo en iTV, el canal de televisión que opera SDCOE.

Seguimiento a los sin respuesta (mayo - julio 2020): La fase de activación concluye con un seguimiento a los sin respuesta, que puede incluir lo siguiente:

- Informar a la policía, a los servicios de respuesta y despacho de emergencia, incluido el 211 de San Diego, que las personas que efectúan la encuesta (es decir, los censistas) comenzarán a ir de puerta en puerta para dar seguimiento a los hogares que no han respondido, de manera que puedan estar preparados para atender llamadas de la comunidad que puedan surgir en este tiempo.
- Organizar conferencias de prensa con líderes influyentes para alertar a la comunidad de que las personas de la Oficina de Censos que efectúan la encuesta o censistas visitarán los hogares que no han respondido. Se incluirá a partes interesadas clave para proporcionar mensajes lingüísticamente apropiados en las comunidades HTC.
- Mostrar cómo se pueden identificar a las personas que efectúan la encuesta o censistas e incentivar la participación a través de notificaciones de agencias y departamentos, correos, folletos, facturas de servicios públicos y otras facturas, cartelería, boletines informativos, sitios web y redes sociales.
- Ayudar al personal de la Oficina de Censos a identificar a los representantes de inquilinos y de propietarios de viviendas que pueden facilitar el acceso en áreas cerradas y de alta seguridad.
- En áreas donde las tasas de respuesta permanecen bajas después del período de recuento inicial:
- Colaborar con Count Me 2020 Coalition para organizar eventos. El presupuesto incluye fondos para apoyar estos eventos (incluidos incentivos para aumentar la participación), que se llevarán a cabo en colaboración con Count Me 2020 Coalition.
- Volver a desplegar los recursos de centros/quioscos de asistencia con el cuestionario previamente adquiridos en áreas con tasas de respuesta bajas, si aún no existen.

Tabla 1: Recursos para actividades de difusión comunitaria potenciales

Actividad	Recursos presupuestarios existentes de la agencia pública	Fondos del estado
Educación		
Promoción de vacantes laborales para el censo	X	
Amplificar el mensaje del censo	X	
Producción de cartelería		X
Educar a los alumnos en el censo	X	
Educar al personal	X	
Programa de embajador		X
Motivación		
Amplificar el mensaje del censo	X	
Alertas/recordatorios	X	
Difusión dirigida por las bibliotecas	X	
Mensaje del censo sellado en el correo de salida	X	
Eventos especiales y difusión de prensa		X
Activación		
Evento de lanzamiento		X
Maratón del Censo		X
Amplificar el mensaje del censo a través de canales de comunicación existentes	X	
Puntos de acceso público a Internet existentes como quioscos	X	
Alquiler de dispositivos adicionales para bibliotecas		X
Establecimiento de quioscos en áreas sin acceso a Internet		X
Completar los eventos del Censo		X
Mesa de asistencia	X	
Banco telefónico/difusión puerta a puerta		X
Puntos de acceso WiFi móvil a través de asociaciones público-privadas	X	
Promoción de la participación por influyentes de la comunidad	X	
Campaña de publicidad dirigida		X
Campaña de medios ganados	X	
Seguimiento a los sin respuesta		
Informar a los servicios de respuesta y despacho de emergencias	X	
Conferencias de prensa	X	
Incentivar la participación	X	
Identificar representantes de inquilinos/propietarios	X	
Organizar eventos en áreas con bajos índices de respuesta		X
Mover los quioscos a áreas con bajos índices de respuesta	X	

1.3 Coordinación de asociaciones

La estrategia de difusión será guiada por el Grupo de trabajo de las partes interesadas para el [Recuento Completo del Censo 2020](#)⁵ para evitar la duplicación y garantizar que se solucione cualquier deficiencia. En la Figura 1 se muestra la estructura propuesta. SANDAG convocará a un grupo con representación de las jurisdicciones, funcionarios electos, comunidad empresarial, educadores, servicios humanos y de salud y los medios de comunicación. La ACBO convocará a otro grupo que se centrará en las agencias comunitarias que trabajan directamente con grupos que pueden ser difíciles de contar. SANDAG y la ACBO participarán en ambos grupos, al igual que los Especialistas de Asociación de la Oficina de Censos de los EE. UU. y el Gerente del Programa Regional de la Oficina de Recuento Completo de California. La flecha roja en la parte superior de la Figura 1 representa la estrecha colaboración entre la iniciativa liderada por SANDAG y la de la ACBO.

Figura 1: Organigrama del grupo de trabajo de las partes interesadas para el Recuento Completo para el Censo 2020



⁵ sandag.org/2020censuswg

Los subcomités ayudarán a garantizar que se representen a todas las partes interesadas y se incorporen todas las perspectivas. Los subcomités potenciales se enumeran en la Figura 2. SANDAG tomará la iniciativa convocando a los subcomités en relación con la difusión comunitaria a través de las agencias de transporte de la región (es decir, MTS y NCTD), el grupo CBO existente de SANDAG, gobiernos nativo-americanos y tribales y las comunidades difíciles de contar en el área no incorporada/rural. La ACBO cuenta con grupos de trabajo activos para: 1) apoyar la ejecución del plan estratégico, incluso en el Condado de Imperial, 2) trabajar junto con la filantropía para identificar fuentes de financiamiento adicionales para complementar el trabajo y 3) investigar oportunidades para servir como la mesa de asistencia y centro de información. Ambas organizaciones contarán con subcomités (muchos de los cuales podrían ser grupos de trabajo conjuntos) con un enfoque en el plan estratégico, implementación, medios de comunicación y eventos, acceso a idiomas, reclutamiento, centros de asistencia y quioscos, seguimiento a los sin respuesta y voluntarios.

Figura 2: Estructura del Subcomité del CCC



1.4 Recursos e infraestructura

Según lo requerido por el estado, esta sección describe el uso del portal de mapeo Estatal de Difusión y Despliegue Rápido (Statewide Outreach and Rapid Deployment, SwORD) y la ubicación de los centros/quioscos de asistencia para cuestionarios.

SANDAG será la agencia principal designada para interactuar con SwORD. SANDAG trabajará con todos los socios para mantener la información actualizada en el sistema para que todos los esfuerzos de divulgación se ingresen en SwORD de manera oportuna. Para facilitar este proceso, todos los contratos para recursos financieros requerirán el ingreso de datos en SwORD.

Centros de asistencia para cuestionarios/Quioscos de asistencia para cuestionarios

Se establecerán y administrarán en comunidades HTC de toda la región de San Diego Centros/Quioscos de Asistencia para Cuestionarios (Questionnaire Assistance Centers/Kiosks, QAC/QAK) en colaboración con Count Me 2020 Coalition, liderada por United Way y las jurisdicciones, con personal capacitado que pueda guiar a las personas para finalizar la encuesta en al menos 12 idiomas, con opciones para otros, según la prevalencia del idioma en una ubicación determinada (consulte la Tabla 2). Estos establecimientos se ubicarán en áreas donde viven poblaciones difíciles de contar, con especial atención a las áreas donde no existan centros operados por la Oficina de Censos de los EE. UU. Las ubicaciones de los QAC/QAK se publicarán en línea, en material impreso y a través de la campaña mediática (por ejemplo, redes sociales, comunicados de prensa, etc.). Las ubicaciones y los detalles de los eventos se registrarán en SwORD para fines de seguimiento.

Las ciudades y el condado han identificado 48 bibliotecas en grupos de bloque con un índice HTC superior a 37 (Apéndice A) a través del proceso de planificación estratégica. Todos los dispositivos de acceso público existentes (por ejemplo, computadoras o tabletas) en cada una de

estas bibliotecas abrirán automáticamente la página web del Censo para completar la encuesta. Se están considerando estaciones de computadoras portátiles adicionales equipadas con pantallas de privacidad para ubicaciones selectas para aliviar las inquietudes de privacidad o donde los dispositivos de acceso público existentes ya tienen una gran demanda.

Además de las bibliotecas, se están considerando los siguientes establecimientos para los QAC/QAK: iglesias, centros recreativos y comunitarios, clínicas de salud, complejos habitacionales de varias unidades, escuelas, etc. El objetivo es ubicar los QAC/QAK en espacios comunitarios donde los miembros de las comunidades HTC se congregan y se sienten seguros. Cualquier deficiencia que se identifique se satisfará a través de quioscos móviles, accesos a WiFi móvil o *tablets* con conexiones de datos, que también pueden transportarse a los eventos u otras actividades de difusión.

El personal en cada ubicación de QAC/QAK recibirá capacitación sobre cómo responder a las preguntas de los residentes, cómo hacer que los residentes participen, qué información se puede proporcionar y dónde acudir para obtener recursos o apoyo adicionales. Las ubicaciones de QAC/QAK también pueden organizar eventos en los que habrá trabajadores del Censo capacitados disponibles para ayudar al público. Se hará todo lo posible para garantizar que haya voluntarios o personal cultural y lingüísticamente apropiados.

1.5 Ubicaciones de poblaciones difíciles de contar

El enfoque de la planificación estratégica que realizan los gobiernos locales y los grupos de interés en la región de San Diego es identificar ubicaciones de comunidades HTC. A través de SwORD, SANDAG distribuyó datos a cada jurisdicción y al Condado que indica los grupos de bloque del Censo con un índice HTC superior a 37 para proporcionarles información para sus planes locales. Los datos incluyeron lo siguiente:

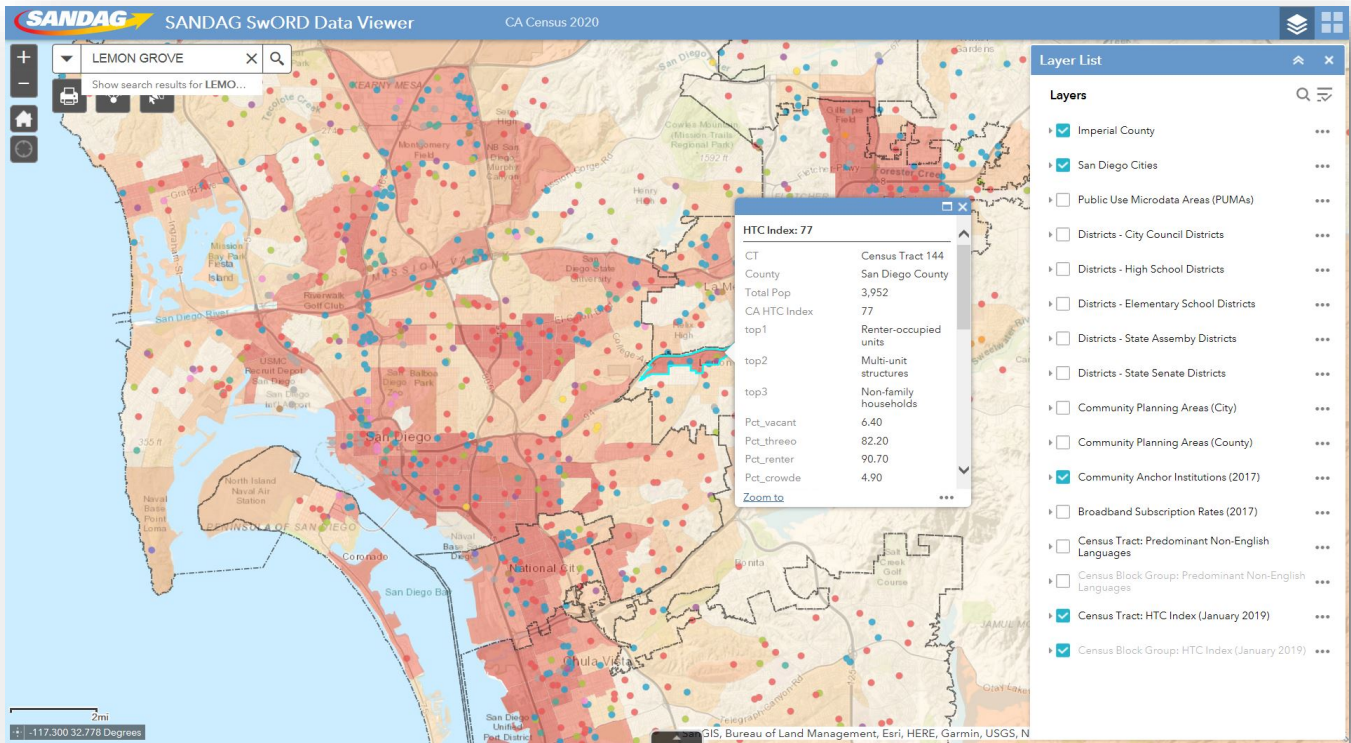
- El código de la Oficina de Censos para grupos de bloque (es decir, la unidad geográfica más pequeña que utiliza la Oficina de Censos de los EE. UU. para publicar datos)
- La descripción del código de la Oficina de Censos para grupos de bloque.
- La ciudad o el lugar designado por el censo (Census Designated Place, CDP): este campo está en blanco cuando el grupo de bloques no reside en una ciudad o CDP
- La población total
- El Índice Difícil de Contar de California
- Las tres principales razones por las que el grupo de bloques es difícil de contar se basan en los 14 factores incluidos en el índice de datos difíciles de contar de California (es decir, las variables demográficas, habitacionales y socioeconómicas relacionadas con un área que es difícil de contar)
- Porcentaje del total de unidades habitacionales que están vacantes
- Porcentaje del total de unidades habitacionales con 3 o más unidades en una estructura de múltiples unidades
- Porcentaje de unidades habitacionales ocupadas que están ocupadas por inquilinos
- Porcentaje de unidades habitacionales ocupadas con más de 1.5 personas por habitación

- Porcentaje de hogares no familiares
- Porcentaje de adultos (25 años o más) que no están graduados de la escuela secundaria
- Porcentaje de personas que se mudaron fuera del condado en el último año
- Porcentaje de población menor de 5 años
- Porcentaje de hogares que reciben ingresos por asistencia pública
- Porcentaje de población con ingresos por debajo del 150 por ciento del nivel de pobreza
- Porcentaje de personas (mayores de 16 años) sin empleo
- Porcentaje de hogares en los que ninguna persona de 14 años o más habla inglés muy bien
- Puntaje de Respuesta Baja (porcentaje)
- Tasa de correo devuelto 2010 (porcentaje)
- Porcentaje de población afroamericana
- Porcentaje de población amerindia/nativa de Alaska
- Porcentaje de población asiática
- Porcentaje de población hispana
- Porcentaje de población nativa de Hawái o de las islas del Pacífico
- Porcentaje de población blanca
- Porcentaje de población de otra raza
- Hasta ocho Instituciones Comunitarias de Anclaje⁶ (nombre, dirección y tipo de institución)

Además, SANDAG creó una herramienta de mapeo orientada al público (SANDAG SwORD) al adaptar la herramienta SwORD a nivel estatal para enfocarse en los condados de San Diego e Imperial (Figura 3). SANDAG brindó sesiones de capacitación a las jurisdicciones, a la ACBO y a Count Me 2020 Coalition, que incluyó orientación sobre el uso de la herramienta y sobre cómo incorporar la información predominante en idiomas distintos del inglés con los datos difíciles de contar. La herramienta de SANDAG, SwORD, ayudará a las jurisdicciones locales y a las organizaciones comunitarias a llevar a cabo con éxito la difusión comunitaria centrada en áreas HTC. Además, SANDAG ha proporcionado mapas impresos de SwORD y datos en hojas de cálculo para planificar reuniones. Estos servicios de SANDAG continuarán a medida que continúe la planificación y se implementen los planes.

⁶ Instituciones de anclaje comunitario incluyen estaciones de bomberos, centros de salud, estaciones de la policía, bibliotecas y escuelas.

Figura 3: SANDAG SwORD



El objetivo es crear asociaciones con líderes en las comunidades HTC que puedan actuar como mensajeros de confianza, que se asemejen lingüística y culturalmente al público. Por ello, la difusión comunitaria y sus materiales serán cultural y lingüísticamente apropiados para cada comunidad HTC (más allá de la traducción sencilla). Las actividades de difusión se guiarán, aunque sin limitarse a ellas, por las siguientes recomendaciones extraídas de la Red de Promoción de la Política de Censos (Census Policy Advocacy Network, CPAN), una iniciativa de colaboración entre múltiples organizaciones estatales en California para ayudar a configurar la política relacionada con el Censo de 2020.

Mensajería

- Usar mensajes comprobados que han demostrado que incentivan la participación de cada comunidad en el Censo de 2020.
- Entregar mensajes a través de mensajeros de confianza en el mismo idioma.
- Enfatizar en los procedimientos de confidencialidad y privacidad.
- Enfatizar en la conveniencia de la autorespuesta.
- Enfatizar la seguridad de responder a las personas que efectúan la encuesta (es decir, los censistas).
- Enfatizar la conexión entre la participación y el financiamiento del Censo (por ejemplo, educación especial, rehabilitación vocacional, servicios comunitarios de salud mental, asistencia a veteranos con discapacidades y servicios legales pro bono).
- Hacer hincapié sobre la importancia de contar a todos los miembros del hogar, independientemente de la edad, incluso los bebés.

Estrategias de difusión

- Personalizar las estrategias y tácticas con base en las diferentes características demográficas dentro de poblaciones más grandes y HTC (por ejemplo, religión, identidad sexual, orientación sexual, situación habitacional (inquilino, propietario de vivienda, sin hogar), nacidos en los EE. UU. comparado con nacidos en el extranjero).
- Traducir los materiales a todos los idiomas pertinentes a través de la coordinación con Count Me 2020 Coalition y los esfuerzos estatales.
- Proporcionar información a organizaciones religiosas o líderes religiosos para que puedan incentivar la participación en el Censo, según corresponda.
- Usar una estrategia con base en la población en lugar de geográfica cuando el grupo difícil de contar es una comunidad dispersa. Es decir, enfocarse en el tipo de población HTC y no en un vecindario específico.
- Unirse a representantes de la comunidad y guardianes (por ejemplo, a través de Count Me 2020 Coalition), incluidos los gobiernos tribales, para asegurarse de que los mensajes sean apropiados y lleguen al público deseado.
- Dar a conocer las oportunidades laborales del Censo en las comunidades HTC.
- Llevar a cabo eventos con las adaptaciones físicas necesarias, tecnología de asistencia y/o traducción o interpretación para satisfacer las necesidades de las personas con discapacidades.
- Elaborar una lista sólida de lugares al aire libre, basados en servicios y transitorios que los censistas deben visitar para lograr un recuento completo de la población sin hogar (por ejemplo, comedores populares, lugares apartados donde las personas buscan refugio).
- Asociarse con mensajeros de confianza para ofrecer asesoramiento y orientación a la Oficina de Censos de EE. UU. sobre cómo lograr un recuento completo de la población sin hogar.

Medios de comunicación⁷

- Transmitir mensajes a través de los medios de comunicación tradicionales (impresos, de difusión y radio), así como a través de medios sociales y digitales, en particular a través de medios de comunicación que buscan atender a grupos étnicos específicos.
- Desarrollar contenido de redes sociales para llegar a los miembros más jóvenes de grupos difíciles de contar.
- Desarrollar una estrategia de medios de comunicación ganados para garantizar que el mensaje del Censo 2020 se transmita a través de mensajeros de confianza, incluidos los medios multilingües y medios de comunicación que buscan servir a grupos étnicos específicos.
- Proporcionar a las partes interesadas un conjunto de herramientas con recursos para las redes sociales.

Centros/Quioscos de asistencia para cuestionarios

- Ubicar los centros/quioscos de asistencia para cuestionarios en espacios confiables (por ejemplo, bibliotecas, laboratorios informáticos escolares, clínicas de salud, organizaciones comunitarias, organizaciones de servicios humanos y de salud) dentro de vecindarios con poblaciones HTC.

1.6 Plan de acceso de idiomas

En colaboración con Count Me 2020 Coalition, liderada por United Way, los materiales y los mensajes se traducirán e interpretarán culturalmente en los 13 idiomas requeridos que se enumeran a continuación (lo que concuerda con el plan estratégico de la ACBO presentado previamente ante el Estado en mayo de 2019). Esta lista es compatible con los datos de la Encuesta sobre la Comunidad Estadounidense (American Community Survey, ACS) que se muestran en la Tabla 2.

- Español (la Oficina de Censos proporcionará las encuestas impresas y el recuento de campos)*

⁷ Información adicional sobre la estrategia mediática puede encontrarse en el Apéndice B.

- Tagalog*
- Filipino
- Chino*
- Vietnamita*
- Árabe*
- Somalí
- Coreano*
- Farsi
- Japonés*
- Mandarín
- Ruso*
- Neorameo caldeo

*La Oficina de Censos proporcionará la asistencia para la autorespuesta y los cuestionarios por Internet.

Tabla 2: Población con dominio limitado del inglés en la región de San Diego

Idioma	Población
Español	266,778
Tagalog/Filipino	30,036
Chino	24,021
Vietnamita	23,321
Árabe	10,007
Somalí, amárico u otras lenguas afroasiáticas	8,861
Coreano	7,867
Farsi/persa, incluyendo darí	6,757
Japonés	5,460
Ruso	3,175

Fuente: 2017 ACS 5-year file, Table B16001

Los esfuerzos para lograr el acceso al idioma se guiarán por el liderazgo de Count Me 2020 Coalition y se basarán en su experiencia y mensajeros de confianza como lo ilustran los siguientes ejemplos:

- Coordinación con Count Me 2020 Coalition para proporcionar equipos bilingües con intérpretes y materiales traducidos en eventos donde se espera que lleguen poblaciones con dominio limitado del inglés.
- Organización de eventos en el idioma principal, eliminando la interpretación simultánea, lo que reduce los costos.
- Mejorar la mayor cantidad de eventos y actividades de las jurisdicciones con oradores en el idioma principal para la comunidad en la que se encuentra el evento/actividad
- Asociarse con Count Me 2020 Coalition para distribuir información a través de mensajeros de confianza que se asemejen lingüística y culturalmente al público.
- Dotación de personal de QAC/QAK en colaboración con Count Me 2020 Coalition para garantizar el apoyo lingüístico adecuado.
- Utilizar materiales de lenguaje escrito, materiales visuales y anuncios automatizados producidos por Count Me 2020 Coalition.

Como se indica en el plan estratégico de la ACBO, para los servicios de traducción e interpretación se seguirán las pautas y los requisitos de la Oficina de Recuento Completo de Censos de California (es decir, como se describe en el Plan de Acceso a Idiomas y Comunicaciones), incluidas las adaptaciones para personas con discapacidades. SANDAG aprovechará los esfuerzos de traducción anteriores realizados por el estado y Count Me 2020 Coalition cuando sea posible para evitar la duplicación de esfuerzos.

1.7 Comité de Recuento Completo (CCC, por sus siglas en inglés) Local

La estructura y la organización del Grupo de trabajo del CCC se describió anteriormente en la sección 1.3 Coordinación de asociaciones.

1.8 Desarrollo de la fuerza laboral

Tres oficinas de Censos de los EE. UU. operarán en el Condado de San Diego con una capacidad de hasta 3,000 trabajadores temporales. El plan de difusión incluye asistencia a la Oficina de Censos de los EE. UU. para contratar a las personas que efectúan la encuesta (es decir, los censistas) y demás personal para ayudar con el proceso de establecer mensajeros de confianza para el recuento. Específicamente, las agencias públicas, en colaboración con Count Me 2020 Coalition compartirán anuncios de trabajo a través de las redes sociales, entablarán conversaciones con los residentes, se comunicarán con los departamentos que ayudan con el empleo, harán publicaciones en el sitio web de Count Me 2020 y darán seguimiento a las solicitudes del Director Regional del Programa.

1.9 Presupuesto

La Tabla 3 resume el plan de gastos y las siguientes descripciones proporcionan más detalles para cada punto.

- **Costos administrativos:** el tiempo del personal de SANDAG requerido para tareas de supervisión, coordinación y como agente fiscal.
- **Medios de comunicación:** estos fondos apoyarán la compra de medios y la contratación de una empresa de mercadotecnia (para aumentar la campaña de relaciones públicas y difusión a nivel estatal).
- **Difusión:** los siguientes son ejemplos de gastos elegibles.
 - Esfuerzos de las organizaciones comunitarias a petición de las jurisdicciones locales.
 - Materiales promocionales que incluye incentivos para aumentar la asistencia a eventos y hacer un recordatorio sobre el Censo a las personas.
 - Elementos para crear un ambiente acogedor y divertido (por ejemplo, actividades para los niños).
 - Equipo para los quioscos, el cual será arrendado y se coordinará entre las agencias para maximizar la eficacia y minimizar los costos.
 - Eventos de seguimiento a los sin respuesta y actividades de difusión en áreas con bajas tasas de respuesta después del 1 de abril de 2020.

Tabla 3: Presupuesto

Categoría	Costo
Costos administrativos	\$156,535.00
Medios de comunicación	\$156,535.00
Difusión	
Carlsbad	\$10,257.07
Chula Vista	\$89,162.11
Coronado	\$6,904.44
Del Mar	\$1,000.00
El Cajon	\$60,210.97
Encinitas	\$7,281.20
Escondido	\$73,397.78
Imperial Beach	\$20,882.07
La Mesa	\$31,854.41
Lemon Grove	\$3,877.55
National City	\$46,400.13
Oceanside	\$33,802.01
Poway	\$7,583.40
San Diego	\$647,137.16
San Marcos	\$29,221.95
Santee	\$1,000.00
Solana Beach	\$5,914.44
Vista	\$30,956.64
Áreas no incorporadas del condado	\$145,436.66
Subtotal difusión	\$1,252,280.00
Total	\$1,565,350.00

Observación: La distribución entre categorías es una estimación y puede variar a medida que la difusión evolucione y se presenten necesidades. Por ejemplo, las jurisdicciones pueden optar por no aceptar fondos o solicitar un importe reducido.

Cuando los contratos entren en vigor, se compartirá la información de contacto para facilitar la coordinación. Además, se solicitará el patrocinio de las empresas locales para aumentar el presupuesto de materiales promocionales.

La metodología para la asignación de fondos a las jurisdicciones locales se basa en las poblaciones HTC como se indica a continuación:

- Usando el índice HTC promedio estatal de 37, se suma el total de la población de cada sector del censo con un HTC mayor de 37 para cada jurisdicción.
- El porcentaje de HTC se basa en esta cifra dividida por la población total de la región.
- Para cualquier jurisdicción sin zonas censales que cumplan el umbral, se establecerá una asignación mínima de \$1,000. Para el resto, el porcentaje se aplica al total de financiación disponible (Tabla 3).

La distribución entre categorías es una estimación y puede variar a medida que la difusión evolucione y se presenten necesidades. Por ejemplo, las jurisdicciones pueden optar por no aceptar fondos o solicitar un importe reducido. Los pagos se basarán en los resultados y no en los reembolsos, como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4: Programación de resultados

Hito	Importe de pago	Cronograma
1. Plan de ejecución	50% del importe total del contrato	Tras la ejecución del contrato
2. Primer informe sobre progresos	20% del importe total del contrato	Tras la ejecución del contrato
3. Segundo informe sobre progresos	20% del importe total del contrato	31 de diciembre de 2019
4. Tercer informe sobre progresos	5% del importe total del contrato	31 de marzo de 2020
5. Informe final	5% del importe total del contrato	1º de septiembre de 2020

1.10 Cronograma

2019

2020

Actividad	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept
Reuniones RPM																
Formulario del CCC																
Reuniones del CCC																
Presentación del Plan Estratégico																
Reuniones de subcomités																
Contratos para la difusión																
Determinación de las ubicaciones de los QAC/QAK																
Informe escrito trimestral																
Plan de ejecución																
Difusión: Fase de educación																
Difusión: Fase de motivación																
Eventos de Hazte Contar de California																
1° de abril de 2020: Día Nacional de Acción																
Difusión: Fase de activación																
Plan de seguimiento a los sin respuesta																
Difusión: Seguimiento a los sin respuesta																
Informe final																
Cierre/Agradecimiento																

1.11 Medición de resultados

Se recopilará la información sobre las actividades de difusión durante toda la iniciativa del Recuento Completo del Censo de 2020. Los subcomités determinarán las métricas específicas para definir el éxito del esfuerzo publicitario y los esfuerzos locales de difusión, que se identificarán en el Plan de implementación y reflejarán en los contratos con las jurisdicciones.

Conforme se planifiquen e implementen las actividades, las jurisdicciones las reportarán y se registrarán en SwORD. Esto incluirá todos los elementos de datos especificados en la herramienta en línea de la siguiente manera:

- **Detalles del informante:** nombre del informante, nombre de la organización, organización matriz
- **Detalles de la actividad:** tipo de actividad, fecha de inicio y final, ubicación, descripción, cantidad de personal/voluntarios
- **Colaboración:** organizador principal, organizadores adicionales
- **Impresiones** (es decir, la cantidad de veces que se ve u oye un mensaje):
 - Porción de impresiones específicas de los públicos HTC
 - Porción de impresiones en cada idioma
- **Comentarios y documentación:** actividad del sitio web, enlace de Facebook, enlace de YouTube/Video, calificación del lugar de reunión, calificación de participación, calificación de la calidad de interacción, eficacia general, lo que salió bien, lo que se podría mejorar, preguntas/inquietudes del público
- Fuentes de recursos financieros y horas de voluntariado

Para evaluar la eficacia, el personal de SANDAG y el Grupo de trabajo de las partes interesadas del CCC 2020 y los subcomités relacionados realizarán un seguimiento de todas las actividades relacionadas con los compromisos asumidos en este plan estratégico, el plan de implementación y los planes de difusión individuales desarrollados por las distintas agencias participantes.



**Apéndice A:
Socios de Count me 2020 Coalition
con fecha 16 de julio de 2019**

- 211 San Diego
- ACCE Institute
- ACLU de los condados de San Diego e Imperial
- African Coalition Workforce
- Alianza Comunitaria
- Alliance for African Assistance
- Alliance for Community Engagement
- Alliance San Diego
- American Friends Service Committee
- Asian Pacific Islander Initiative
- Asian Solidarity Collective
- Bayside Community Center
- Black American Political Association of California
- Brawley Get Together Senior Citizen Club
- Brown Bag Coalition
- Building Skills Partnership
- CA State Assembly
- CA State Assembly 76th District, Tasha Boerner Horvath
- CA State Assembly 79th District, Shirley Weber
- CA State Assembly 80th District, Lorena Gonzalez
- CA State Senate
- CA State Senate 39th District, Toni Atkins
- Cal Organize
- Calexico Neighborhood House
- California Rural Legal Assistance, Inc. (CRLA)
- California School-Age Consortium (CalSAC)
- California State University San Marcos
- Campesinos Unidos
- Casa Familiar
- Center for Community Integration San Diego
- Center for Social Advocacy (CSA)
- Center for Social Advocates San Diego
- Center on Policy Initiatives
- Central Labor Council (AFL-CIO)
- Central San Diego Black Chamber of Commerce
- Chula Vista Community Collaborative
- City Heights Community Development Corporation
- Ciudad de Carlsbad
- Ciudad de Chula Vista
- Ciudad de Escondido
- Ciudad de Oceanside
- Ciudad de San Diego
- Ciudad de San Marcos
- Ciudad de Vista
- Comité Cívico del Valle
- Community Housing Works
- Council of Philippine American Organizations (COPAO)
- Condado de Imperial
- Condado de San Diego - HHSA
- Digital Impact And Inc.
- Disability Rights San Diego
- Employee Rights Center
- Engage San Diego
- Environmental Health Coalition
- Farmworker CARE Coalition
- Feeding San Diego

- Fern Street Community Arts
- Filipino Press
- Friends of El Centro Community Services Foundation
- Gov House
- Hanana Community Center
- Health Education Advocacy Leadership, Inc.
- Home Start
- Home Start, Inc.
- Horn of Africa
- House of China
- Huda Community Center
- Imperial Valley Food Bank
- Imperial Valley LGBT Resource Center
- Include People
- Interfaith Community Services
- International Rescue Committee
- Islamic Center of SD
- IWJSD
- J. Walcher
- JOB
- Justice Overcoming Boundaries
- Karama
- Karen Organization of San Diego
- Kitchens for Good
- Korean American Coalition - San Diego
- La Maestra Community Health Centers
- Lao Community Cultural Center
- Latinos y Latinas en Acción
- League of Women Voters of North County
- League of Women Voters, San Diego
- License to Freedom
- Logan Heights Community Development Corporation
- MAAC
- Mabuhay Foundation
- Majdal Community Center
- Mano a Mano Foundation
- Mas Pace
- MEChA organizations
- Mid-City CAN
- Migrant Education Region IX
- MiraCosta College
- Muslim American Society-San Diego
- NALEO Educational Fund
- National Latino Research Center, CSUSM
- Naval Support Services
- Neighborhood House Association
- New Neighbor Relief
- Nile Sisters Development Initiative
- North County Health Services
- North County Lifeline
- Nunez Law Corporation
- Open Heart Leaders
- Operation Samahan
- Our Roots
- Palomar College
- Partnership for the Advancement of New Americans (PANA)
- Paving Great Futures
- Pillars of the Community
- Planned Parenthood of the Pacific Southwest
- Poder Popular para la Salud del Pueblo
- Rincon Band of Luiseño Indians
- RISE San Diego
- San Diego Alliance for Asian Pacific Islander
- San Diego Association of Governments
- San Diego Council on Literacy
- San Diego County Library Branches in North County
- San Diego Grantmakers
- San Diego Hunger Coalition

- San Diego Organizing Project (SDOP)
- San Diego Urban Warriors Inc.
- San Diego Youth Services
- San Pascual Band of Mission Indians
- SEIU 221
- Social Advocates for Youth (SAY) San Diego
- Somali Bantu Association of America
- Somali Bantu Association of America (SBAOA)
- Somali Bantu Community of San Diego
- Somali Family Service of San Diego
- Somali Family Services
- South Sudanese Community Center
- Spread The Love Charity IV
- St. Vincent de Paul Village, Inc. (dba Father Joe's Villages)
- Survivors of Torture, International
- Swift Solutions Consulting
- The California Endowment
- The Chicano Federation of San Diego County
- The Filipino School
- The Global Action Research Center
- The San Diego Foundation
- The San Diego LGBT Community Center
- The San Diego LGBT Community Center (The Center)
- Think Dignity
- U.S. Census Bureau
- U.S. Senator Kamala Harris
- Union of Pan Asian Communities (UPAC)
- United Missionary Churches/Connecting Hope
- United Taxi Workers of San Diego (UTWSD)
- United Way of Imperial County
- United Way of San Diego
- United Women of East Africa
- United Women of East Africa Support Team
- Universidad Popular
- University of California, San Diego
- Urban League of San Diego County
- UURISE
- Viet Vot
- Vision Y Compromiso
- Vista Community Clinic
- Vista Neighbors in Action
- Woman Haven
- Women Give
- YMCA of San Diego County, Childcare Resource Service
- Youth Will

Apéndice B: Estrategia mediática

Se formará un subcomité de medios de comunicación, liderado por Count Me 2020 Coalition y SANDAG, para coordinar el desarrollo de una campaña sólida de medios de comunicación ganados y pagados. Los mensajes enfatizarán la importancia del Censo y la confidencialidad para asegurar a las personas que su participación es segura. La coherencia de los mensajes y la marca ayudará a mejorar las tasas de recuperación, incentivará la participación y maximizará el valor de la inversión publicitaria. Se establecerán metas/objetivos específicos (por ejemplo, número de impresiones, tasas de clics en la publicidad digital y análisis de páginas web como las visitas a páginas) para medir el impacto de las estrategias de los medios de comunicación.

El presupuesto incluye fondos para que SANDAG realice un contrato con una empresa de mercadotecnia en conjunto con Count Me 2020 Coalition para desarrollar la campaña de marca, mensajería y difusión, incluidas las pruebas de mensajes para las poblaciones de HTC (para aumentar el alcance estatal y la campaña de relaciones públicas).

A los oficiales de información pública y asuntos públicos de cada jurisdicción se les pedirá que participen en el subcomité de medios de comunicación para facilitar la amplificación de los mensajes a través de los canales del gobierno local. Por ejemplo, los mensajes de la Oficina de Censos de los EE. UU., la Oficina de Recuento Completo de California y Count Me 2020 Coalition se transmitirán a través de los canales de comunicación de la ciudad (por ejemplo, boletines informativos, eventos, páginas web, cartelería, redes sociales, correo electrónico masivo, etc.).

Además, se incluirán los representantes del Sistema de Transporte Público Metropolitano (Metropolitan Transit System, MTS) y del Distrito de Transporte Público del Condado Norte (North County Transit District, NCTD), las dos agencias de transporte público locales, en el Grupo de trabajo de los grupos de interés del CCC para coordinar la publicidad de los vehículos de transporte público y a través de sus boletines informativos y redes sociales.

Se está investigando el envío de mensajes a personas que utilizan servicios de transmisión electrónica. Se podría contactar a las empresas de telecomunicaciones para anuncios de servicio público, así como para aplicaciones móviles y puntos de venta de radio. Dado que la temporada de Grandes Ligas de Béisbol comienza simultáneamente con el Censo, también se podría contactar a los Padres de San Diego para que realicen anuncios de servicio público (por ejemplo, crear un video de la mascota de los Padres contestando del Censo).

Podrían recopilarse historias de residentes locales para los medios de comunicación. Por ejemplo, un joven fue entrevistado el 1º de abril de 2019 como parte del Llamado a la Acción del Censo de 2020, quien compartió que sus padres no participaron en 2010 e indicó su compromiso con las actividades de difusión de modo que se cuente su comunidad.

La iniciativa regional aprovechará y coordinará con la campaña de medios de comunicación en todo el estado, y puede incluir lo siguiente:

- Anuncios en servicio público, mercadeo aeroportuario y comunicaciones viales.
- Compra de medios (de marzo a junio de 2020):
 - Exteriores: cubiertas de surtidores de combustible, carteles de autobuses, ploteado de autobuses, publicidad en paradas cubiertas de autobuses/bancas, carteles, etc., en comunidades HTC.
 - Impreso: medios de comunicación étnicos locales especializados en poblaciones HTC.
 - Digital: geo-dirigido, redes sociales, videos publicitarios breves
 - Radio: anuncios y segmentos en horario de tráfico pico
- Mostrar los mensajes del Censo de 2020 junto con otros anuncios que preceden a las películas (en cines dentro de áreas difíciles de contar en varios idiomas).
- Producir videos educativos/motivacionales sobre el Censo (con videos de la Oficina de Censos de los EE. UU., material de la Oficina de Censos de California y publicidades producidas localmente) que se muestran en las redes sociales, publicidad digital, televisión de acceso público y áreas de espera en centros de atención médica, centros de empleo y otras áreas en las que la gente pasa tiempo esperando.

- Sorteos en eventos en los vecindarios HTC. Se tomará una consideración cuidadosa al elegir los sorteos específicos para asegurar que resuenen con el público deseado.
- Materiales promocionales: carteles/afiches y volantes en diferentes idiomas⁸. El presupuesto incluye fondos para cubrir los costos de producir materiales promocionales.
- Mensajería para llegar a usuarios de transporte público específico (por ejemplo, servicios Flex, transporte flexible (Paratransit) ADA, etc.).
- Medios de comunicación ganados:
 - Se invitará a los líderes comunitarios a que actúen como portavoces para aparecer en programas de entrevistas de radio/televisión para discutir temas como la confidencialidad y los beneficios del Censo para las personas y sus comunidades.
 - Apariciones de personalidades locales de deportes y entretenimiento en estaciones de radio/TV y redes sociales que exigen una respuesta rápida.
 - Comunicados de prensa y eventos de medios para compartir información sobre los principales hitos y actividades del Censo de 2020.

Todos los mensajes cumplirán con los siguientes requisitos:

- Relevancia inmediata
- Coherencia
- Lenguaje sencillo
- Se utilizarán imágenes para transmitir información siempre que sea posible
- Mensajes claros (es decir, llamado a la acción claro y pasos a seguir individuales)
- Inclusión de toque personal
- Traducción adecuada, culturalmente relevante e inclusiva con las personas con discapacidades
- Conocidos y apropiados para personas con discapacidad
- Indicación de respuesta obligatoria

⁸ Las traducciones serán evaluadas por organizaciones que atienden a comunidades específicas para garantizar su relevancia cultural.