

PLAN DE COMUNICACIÓN

2020/22

AIAD



1. JUSTIFICACIÓN pág 2

2. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA pág 2-6
 - 2.1 ESTRATEGIAS ORIENTADAS A LA CONSECUCIÓN DE ESTOS OBJETIVOS

 - 2.2 ÁREAS DE INFLUENCIA

 - 2.3 DESTINATARIOS/AS DE NUESTRAS ACCIONES

 - 2.4 PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN ON-LINE Y OFF-LINE

3. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA pág 6-7

4. EVALUACIÓN pág 8

1. JUSTIFICACIÓN

Desde AIAD ubicada en Ruzafa, creemos que la comunicación corporativa, configura la proyección social de la organización y resulta clave como herramienta imprescindible para determinar el éxito o fracaso de todas y cada una de las iniciativas.

Por ello, se ha previsto la elaboración e implementación de un Plan de voluntariado y Comunicación para fortalecer y mejorar las experiencias y promover modelos adecuados de gestión y acción. A través de la definición y desarrollo de políticas de comunicación eficaces y orientadas para la contribución a un mejor conocimiento y valoración y transparencia de la institución por parte de la sociedad.

El objetivo General de la asociación es “promover las diferentes culturas a través de la participación social de la diáspora africana y de la población autóctona” y como objetivo específico, aplicado en este plan “contribuir y promover la interculturalidad y fortalecer la interacción y la participación plena de todos/as actores sociales y el fomento de la equidad de género”.

Nuestra asociación se compone de 3 grandes bloques que son: Acción Social, Sensibilización/Educación para el Desarrollo y Desarrollo Comunitario.

La línea estratégica que establecemos desde la asociación, es una línea de comunicación transversal a todas las áreas de la asociación.

2. PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

A nivel externo, destacamos en estas páginas los objetivos de la asociación en materia de comunicación:

Objetivo General:

Mejorar y consolidar la transparencia y valoración de la asociación en la sociedad

Objetivo Específicos:

- Fortalecer la imagen de la asociación y reforzar sus principios de transparencia, interculturalidad y reivindicación social.
- Fortalecimiento del trabajo en red con entidades públicas y privadas.
- Establecer un canal efectivo, directo y bidireccional con la sociedad general y con las personas migrantes en particular.

- Conseguir una mayor implicación de agentes sociales en las acciones de la organización.

2.1 ESTRATEGIAS ORIENTADAS A LA CONSECUCCIÓN DE ESTOS OBJETIVOS

Para conseguir dichos objetivos hemos delimitado tres líneas estratégicas diferenciadas que estructuran el Plan de Comunicación de la Asociación. Para que estas líneas estratégicas resulten efectivas deben desarrollarse de forma simultánea y de un modo coordinado:

- Por una parte, prestando atención a las relaciones con medios de comunicación para apoyo y difusión de acciones, eventos culturales y actividades de extensión abiertos a la participación del público general, promoviendo así la participación activa de los ciudadanos/as.
- Reforzar las actividades en redes sociales apostando por una vía de comunicación directa, eficaz, flexible y multidireccional que favorezca el feedback a toda la ciudadanía.
- Reforzar y fomentar las redes sociales entre los diversos organismos, redes locales, autonómicas, nacionales e internacionales.

2.2 ÁREAS DE INFLUENCIA

El área de influencia de AIAD, ubicada en Valencia, se extiende:

- A nivel local, en el barrio de Russafa, con el que se participa en grupos de trabajo para la mejora de calidad de vida en el barrio y para una mejor convivencia en diversidad.
- A nivel provincial y Comunidad Autónoma mediante el trabajo conjunto en la cesión de espacios, realizando acciones de reivindicación colectiva. Algunas de ellas son: Jarit Asociación Civil, Asociación Boliviana de Valencia, Asociación Senegalesa de Valencia, Carpeta Educativa, y el Foro alternativo de Inmigración.

2.3 DESTINATARIOS/AS DE NUESTRAS ACCIONES:

El público objetivo dependerá en función de cada acción, pese a todo podemos realizar el siguiente perfil general:

Género: Indiferente

Edad: No hay límite de edad, depende de las acciones nos dirigimos hacia infancia, juventud y personas adultas.

Zona geográfica: Dependiendo de las acciones a nivel local y nacional.

2.4 PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN ON-LINE Y OFF-LINE:

Recabar Información y Difusión:

A nivel interno se establecen unos canales de comunicación a través de las reuniones semanales, de modo que la persona responsable de comunicación está siempre informada de cualquier actividad o acontecimiento relacionado con la asociación para su posterior difusión.

Notas de Prensa Informativas y de Convocatoria de Prensa:

La nota de prensa es el formato que adoptamos habitualmente para mantener informados/as a medios de comunicación y otros entes y organismos de cualquier tipo de actividad o acontecimiento relevante en la Asociación.

- En función de lo establecido en el Calendario de actividades anuales de la Asociación y a través de la información se procede a la escritura y posterior envío de la nota de prensa.
- También se hace una selección de medios de comunicación u otro tipo de destinatarios (asociaciones, plataformas, etc.), en función de la localización geográfica en la que se llevará a cabo la actividad, los/as destinatarios/as de las actividades y el tipo de acontecimiento o actividad que queremos comunicar.
- Generalmente, se envían dos tipos de notas de prensa: la informativa y la convocatoria.

Ruedas de Prensa:

Las ruedas de prensa son una oportunidad para reforzar el mantenimiento de diálogo fluido con los medios de comunicación. Generalmente, se comunican a los medios de comunicación mediante el envío de una invitación o Convocatoria de Prensa, entre 48 y 24 horas antes. Programadas en días accesibles, laborales.

La Entrevista:

En ocasiones, la Asociación realiza entrevistas para la difusión de proyectos o actividades que se llevan a cabo y se convocan en lugares públicos.

Cartelería:

Se utiliza la impresión y colocación de cartelería en lugares estratégicos para dar a conocer un curso o actividad. La colocación varía en función de las necesidades de cada evento, el público al que vaya dirigido y su situación geográfica.

Jornadas de Sensibilización:

También se realizan talleres, actividades o exposiciones con el objetivo de difundir los proyectos que se llevan a cabo en la Asociación.

Página Web:

A través de la página Web <https://aiadblog.wordpress.com> y el e-mailing como método en el que se utiliza el correo electrónico como medio de comunicación directa con entidades, asociaciones, personas físicas, etc.

Facebook:

Facebook es la red social por excelencia, plataforma para compartir con los/as usuarios/as. Disponemos de un perfil de la organización que permite estar en contacto con la sociedad de forma directa y como herramienta de difusión de actividades, cursos, talleres, noticias, etc.

Twitter:

Es una plataforma de micromensajería que permite el envío de mensajes de texto cortos posibilitando la comunicación con otros/as usuarios/as de forma directa. Desde AIAD tenemos un perfil corporativo que sirve para informar sobre actividades y eventos a realizar desde la Asociación. Y permite mantener en contacto con otras organizaciones.

3. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA:

La comunicación interna de AIAD se centra en el capital humano. Es un proceso comunicacional donde se pretende integrar a todos y todas las personas que conforman la asociación (personal contratado, socios/as, voluntarios/as, etc.) con la gestión y el funcionamiento de la misma.

Objetivo General:

- Crear un clima de trabajo cordial y de confianza, para el buen ambiente, y la creación de un sistema de participación e implicación de todas y todos.

Objetivos Específicos:

- Fomentar acciones que contribuyan a fortalecer la cultura asociativa y participativa.
- Conseguir satisfacer las necesidades de todas las áreas de trabajo
- Crear un buen clima a nivel interno.
- Fomentar un feedback o retroalimentación que se produzca por ambas partes en la comunicación interna.
- Conocer las perspectivas de futuro.

La principal política de comunicación interna de AIAD se realiza mediante reuniones de manera periódica, con el objetivo de optimizar el funcionamiento de todas las áreas de trabajo mediante un canal efectivo de comunicación, conseguir un mejor aprovechamiento de los recursos económicos y humanos y conseguir una mayor implicación en las acciones comunicativas. Las actividades que se llevan a cabo son las siguientes:

- Reunión de coordinación de áreas: Se llevan a cabo a principio de semana por el/la coordinador de cada área de trabajo. En estas reuniones se evalúa el funcionamiento de trabajo del área, y se imparte formación al personal voluntario y estudiantes en prácticas como un canal de retroalimentación bidireccional.

Toda la información comunicada en las reuniones se recoge posteriormente mediante actas escritas donde se plasma por escrito: el nombre de los/as asistentes a la reunión, la hora de reunión, la duración de la reunión, los principales puntos tratados en la sesión, y un resumen de las principales conclusiones. Esta acta se remite a todos/as los/as asistentes a la reunión y archivan en formato electrónico en un disco duro interno.

También se realiza periódicamente una encuesta de evaluación sobre la comunicación interna, con el fin de lograr identificar las debilidades y fortalezas del plan de comunicación a nivel interno y elaborar estrategias de mejora del mismo. Entre los aspectos tratados en dicha encuesta, podemos destacar:

- La estrategia de la asociación
- El proceso de gestión
- Misión, política y valores de la organización
- Protocolos y procedimientos
- Plan de formación interno
- Retroalimentación
- Satisfacción personal con la política de comunicación interna

4. EVALUACIÓN

La evaluación del Plan de Comunicación y el seguimiento y control de cada una de las acciones son vitales para una correcta aplicación del plan, detectando fortalezas y mejoras del propio plan.

Para cada una de las acciones existen una serie de indicadores que miden los datos necesarios para una correcta evaluación. Estos indicadores quedan reflejados en las hojas de seguimiento de las acciones.

Para el análisis de la comunicación externa se analizan los impactos mediante el uso de indicadores cualitativos y cuantitativos que nos proporcionarán una visión más objetiva, crítica sobre el funcionamiento del plan. Todo ello se recoge en datos estadísticos para conocer la repercusión de nuestra actividad en la comunicación externa, identificando si se están consiguiendo los resultados previstos en nuestros objetivos o como herramienta de mejora para próximos planes.