
PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

2016-2019



ELABORA	REVISAR	APRUEBA	FECHA DEL DOCUMENTO
Grupo de comunicación	JD	Asamblea	23/03/2016

1. JUSTIFICACIÓN:

Teniendo en cuenta las directrices del **Plan Estratégico de CAS** elaborado según las aportaciones hechas por diferentes personas del colectivo, la COMUNICACIÓN tanto interna como externa es uno de los ejes prioritarios que constituyen la razón de ser de CAS como así se recoge en nuestra *Misión, Visión y Valores*.

Misión: Coordinar, apoyar, dinamizar, informar y asesorar las actuaciones de los distintos grupos que constituyen CAS para contribuir al desarrollo de las personas que forman parte de los sectores sociales en exclusión, generando recursos que garanticen la autonomía y sostenibilidad de la red.

Visión: Ser una red de referencia en la búsqueda de soluciones innovadoras y eficientes para los sectores sociales en exclusión, promoviendo alianzas para mejorar nuestras acciones y nuestro compromiso social, actuando con autonomía, independencia y de forma reivindicativa, para lograr una sociedad más justa e igualitaria.

Valores:

- ✓ Reflexión y formación: desde la reflexión y la acción vamos elaborando un discurso propio que nos ayude a ir mejorando.
- ✓ Compromiso: con las personas y la realidad con la que trabajamos. Promovemos que los grupos socios sean actores directos del desarrollo endógenos. Creemos en las personas, en su capacidad de acción y en sus posibilidades de cambio.
- ✓ Desarrollo integral e integrado: que contemple la mejora interactiva de todos los colectivos y/o personas (sobre todo los más desfavorecidos) en todas las dimensiones. Queremos dar pasos cada vez más notorios en el camino de la implicación y participación de los vecinos y vecinas en todos los momentos de los procesos de transformación.
- ✓ Solidaridad: ser solidarios es una de nuestras razones de ser. Como práctica en la asignación de recursos, en la ayuda a cualquier socio que, en algún momento, pueda vivir momentos difíciles y como valor transversal que empapa nuestras actividades.
- ✓ Transparencia: claridad en las cuentas y acceso a la información por parte de todos los grupos.

- ✓ Independencia: jerárquica, funcional e institucional con respecto a los poderes públicos, económicos y sociales. Libertad y autonomía responsable a la hora de crear opinión, crítica análisis, reflexión y debate.
- ✓ Igualdad: justicia social y no discriminación, para la construcción de una sociedad en la que todas las personas tengan garantizado el derecho a la plena ciudadanía. Equidad de género.
- ✓ Coherencia: de manera honesta y responsable entre los acuerdos adoptados y la capacidad para cumplirlos y entre nuestra forma de pensar y nuestra forma de actuar.
- ✓ Alternativa: como una manera diferente de mirar la realidad, buscando nuevas soluciones a viejos problemas.
- ✓ Identificación: sentido de pertenencia a un colectivo, a una tierra, a una cultura en constante transformación capaz de incorporar personas de diferentes orígenes y elementos de culturas diferentes.

La comunicación nos facilita poner en valor la transparencia en la información y el acceso a la misma de todos por igual; afianza el sentido de pertenencia a un colectivo, a una tierra y a una cultura en constante transformación, capaz de incorporar a la vez a personas de diferentes orígenes y culturas diferentes.

Los resultados del *análisis DAFO* presentado para la elaboración del Plan 2013-2015, vio necesario *establecer estrategias* que intentaran dar respuesta a las necesidades sentidas y que contribuyeran al fortalecimiento de nuestra entidad. Se trabajó en la mejora de la comunicación interna y externa, aprovechando el uso de las TIC para utilizar el conocimiento y la diversidad de visiones, compartir experiencias y valores entre los colectivos y compensar la distancia y la dispersión geográfica, así como mejorar la visibilidad e identidad de CAS.

Atendiendo a las *primeras encuestas sobre comunicación* en ese primer periodo, los resultados revelaron las siguientes manifestaciones:

- Interés por parte de la Junta Directiva de informar y comunicar bien lo que pasa en CAS.
- Más del 50% socios ve conveniente la realización de acciones de mejora de la comunicación.
- El 90% de los socios se comprometen a participar activamente en los sistemas de comunicación que se pongan en marcha para mejorar la comunicación
- Valoración positiva de los canales de comunicación.
- Uso frecuente de los distintos canales de comunicación.
- Sugerencia de herramientas como intranet; nuevas tecnologías...

En una **segunda encuesta sobre el plan comunicación, concerniente a lo que entendemos por información –comunicación, los resultados recogidos en función de las demandas y sugerencias para mejorar la comunicación en CAS fueron las siguientes:**

- Diseño y puesta en marcha de una página Web actualizada y dinámica.
- Plataforma de comunicación en la Web; intranet; etc.
- Elaboración del manual de identidad de CAS
- Mejorar la visibilidad de CAS
- Reuniones de información/formación intercambio de experiencias y buenas prácticas y conocimiento; así como puesta en común de acciones innovadoras;
- Necesidad de formación para los socios en habilidades de comunicación; diseñar vías o canales de interrelación.

4

En una **tercera encuesta sobre la satisfacción y expectativas de los grupos de interés de CAS, los resultados recogidos en el cuestionario y las propuestas recibidas para mejorar la comunicación en CAS han sido las siguientes:**

- En cuanto a la eficacia de CAS para transmitir sus actuaciones, pensamientos, reivindicaciones se considera que es buena en la mayoría de los casos (60%) sin embargo hay que tener en cuenta el 40% que opina que es poco interesante o mal.
- Respecto a la visibilidad de CAS se reconoce la importancia de dar visibilidad a CAS por parte de las entidades y se valora de forma positiva la visibilidad que desde cada entidad se está dando.
- La satisfacción respecto al uso de la revista EntretodoCAS y correo electrónico es muy buena, y buena respecto a la página web, uso de carteles dípticos y comunicados de prensa, aunque es significativo el número de personas que respecto a estos medios (página web 15), (comunicados de prensa 21), (carteles 15) y (dípticos 10) opinan que el uso es malo, o poco interesante.
- Las propuestas recogidas en las encuestas son las siguientes: Herramientas correctas pero hay que saber utilizarlas. Interiorizar nuestra pertenencia a CAS y darle visibilidad mediante cada una de las entidades. Mesas de reunión con líderes de opinión y sectores políticos de la sociedad.

En función de los puntos mencionados hasta ahora y según los resultados de las encuestas, el análisis DAFO y la propia *misión, visión y valores* de CAS, dedujimos la necesidad del diseño y ejecución de un Plan de Comunicación Externa que diera respuestas a las necesidades sentidas en el Colectivo.

Una vez finalizado el periodo de ejecución del Plan, se hizo necesario su análisis final y el avance en la elaboración de una nueva propuesta a cuatro años.

Se establece una hoja de ruta:

- 1.- Revisión del cumplimiento del Plan de Comunicación Externa 2013-2015, comprobando el cumplimiento de los indicadores en los años de vigencia, detectándose el incumplimiento de tan solo tres de ellos y analizándose las causas.
- 2.- Consulta a grupos de interés sobre la comunicación externa en CAS, a través de encuestas.
- 3.- Análisis DAFO con los resultados de evaluación del Plan anterior y las aportaciones obtenidas a través de las encuestas.
- 4.- Elaboración del nuevo Plan 2016- 2019.

Las conclusiones a las que se llegan y de las que se parte para estructurar el Plan de Comunicación Externa 2016-2019, son:

- La mejora sustancial en la comunicación Externa en CAS.
- El impulso de la Comunicación promovido por el grupo de trabajo.
- La necesidad de insistir en la participación de las entidades asociadas con la Comunicación, el escaso conocimiento de CAS en los territorios.
- La capacidad reivindicativa de CAS en el exterior y la necesidad de aprovecharlo.
- La mejora de la Web y la presencia en las redes sociales.
- La mejora en la satisfacción de los grupos de interés respecto de la comunicación realizada por CAS.

2.- LÍNEAS ESTRATÉGICAS, ACTIVIDADES Y OBJETIVOS:

LINEAS ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN	ACTIVIDADES (Ver pto. 4)	OBJETIVOS (ver pto.3)
<p>1. Comunicar, difundir, divulgar y dar a conocer los objetivos y el plan de trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar 8 reuniones al año de seguimiento de la comunicación externa por el grupo de comunicación. 2. Lograr que al menos el 80% de los implicados del grupo de comunicación participen en las reuniones mensuales. 3. Proponer ocho acciones de mejora en comunicación externa por el grupo de comunicación.
<p>2. Promover la identificación con la organización y con lo que hacemos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en encuentros, jornadas, foros, debates, • Publicaciones.- revista, boletines, notas de prensa, libros. • Elaboración del vídeo de presentación de CAS. • Diseño y edición de material identificativas de CAS (placa, banderola...) 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Conseguir que CAS participe en 2 colaboraciones/ encuentro y/o jornadas externas y que estén en consonancia con la MVV de la entidad. 5. Conseguir que en el vídeo se visualice el 100% de los colectivos de CAS. 6. Editar 3 materiales identificativos de CAS. 7. Lograr que el 100% de las entidades asociadas coloque en un lugar visible de sus instalaciones la placa de CAS. 8. Repartir el resto de material identificativo de CAS al 100% de las entidades de CAS.

<p>3. Transmitir y comunicar las actuaciones de los proyectos que desarrollamos, sus objetivos y el plan de trabajo general de CAS; tanto a la población en general, como a todos nuestros grupos de interés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Web de CAS • Presencia en redes sociales • Participación en encuentros, jornadas, foros, debates, • Publicaciones.- revista, boletines, notas de prensa, libros. • Elaboración de un vídeo de presentación de CAS 	<ol style="list-style-type: none"> 9. Revisar que al menos haya 30 novedades de contenidos incluidas en la Web anualmente. 10. Incrementar en un 5% el número de visitas a la Web anualmente. 11. Incrementar en un 5% el nº de visitantes diferentes a la Web anualmente. 12. Alto grado de satisfacción de al menos el 50% de los grupos de interés con la Web. 13. Conseguir que el 40% de los grupos comuniquen anualmente al menos una actividad de su territorio para el perfil social. 14. Lograr la visualización a través del Facebook del 100% de las entidades asociadas anualmente. 15. Incrementar en un 5% anualmente el nº de seguidores al perfil. 16. Realizar 20 publicaciones propias al año. 17. Conseguir que el vídeo tenga 1000 reproducciones en el canal youtube.
<p>4. Favorecer la búsqueda de recursos humanos y materiales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en encuentros, jornadas, foros, debates. • Animación a la participación en CAS 	<ol style="list-style-type: none"> 18. Conseguir que CAS participe en 2 colaboraciones/ encuentro y/o jornadas externas y que estén en consonancia con la MVV de la entidad anualmente. 19. Realizar cinco colaboraciones en consonancia con la MVV anualmente. 20. Conseguir que en el 50% de las publicaciones propias

		aparezca “la animación a la participación/ colaboración” con CAS.
5. Trasladar la filosofía, ideales y reivindicaciones de CAS a la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones.- revista, boletines, libros. • Difusión de los documentos importantes de CAS al exterior. • Elaboración de un vídeo de presentación de CAS 	<ul style="list-style-type: none"> 21. Realizar 20 publicaciones propias al año 22. Difundir el 100% de las publicaciones. 23. Elaborar 3 notas de prensa al año. 24. Conseguir que el vídeo tenga 1000 reproducciones en el canal youtube.
6. Formar para mejorar la comunicación externa	<ul style="list-style-type: none"> • Formación 	<ul style="list-style-type: none"> 25. Realizar una acción formativa al año en materia de comunicación externa. 26. Lograr la participación del 50% de los grupos de CAS, al menos con una persona, en las acciones formativas. 27. Conseguir un grado medio de satisfacción del 80% de los participantes en las acciones formativas.

3.- OBJETIVOS E INDICADORES:

OBJETIVOS	INDICADORES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar 8 reuniones anuales de seguimiento de la comunicación externa por el grupo de comunicación. 2. Lograr que al menos el 80% de los implicados del grupo de comunicación participen en las reuniones. 3. Proponer ocho acciones de mejora anuales por el grupo de comunicación. 4. Conseguir que en el vídeo se visualicen el 100% de los colectivos de CAS. 5. Diseñar y editar materiales identificativos de CAS. 6. Lograr que el 100% de las entidades asociadas coloquen en lugar visible de sus instalaciones la placa de CAS. 7. Repartir el resto de material identificativo de CAS al 100% de las entidades de CAS. 8. Revisar que al menos haya 30 novedades de contenidos incluidas en la Web. 9. Incrementar en un 5% el nº de visitas a la Web. 10. Incrementar en un 5% el nº de visitantes diferentes a la 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nº reuniones del grupo de comunicación. 2. Nº de participantes en las reuniones. 3. Nº de acciones de mejora propuestas por el grupo. 4. % de colectivos de CAS que se visualizan en el vídeo. 5. Nº materiales identificativos de CAS que se editan. 6. % de entidades asociadas que colocan en lugar visible de sus instalaciones la placa identificativa de CAS. 7. % de entidades de CAS que reciben el resto de material identificativo. 8. Nº de novedades de contenido incluidas en la Web. 9. Nº de visitas a la Web. 10. Nº de visitantes diferentes a la Web.

Web.	
11. Alto grado de satisfacción de al menos el 50% de los asociados con la Web.	11. Grado de satisfacción de los grupos de interés con la Web.
12. Conseguir que el 40% de los grupos comuniquen anualmente al menos una actividad de su territorio para el perfil social.	12. % de grupos que comunican anualmente al menos una actividad para el perfil social.
13. Lograr la visualización a través del Facebook del 100% de las entidades asociadas.	13. Nº de entidades asociadas que se visualizan en el Facebook.
14. Incrementar en un 5% anualmente el nº de seguidores al perfil.	14. Nº de seguidores del Facebook.
15. Realizar 20 publicaciones propias al año.	15. Nº de publicaciones propias al año.
16. Difundir el 100% de las publicaciones.	16. % de publicaciones propias difundidas.
17. Conseguir que el vídeo tenga 1000 reproducciones en el canal youtube.	17. Nº de reproducciones del vídeo en el canal youtube.
18. Conseguir que CAS participe en 2 encuentros y/o jornadas externas y que estén en consonancia con la MVV de la entidad.	18. Nº de encuentros y/o jornadas externas y que estén en consonancia con la MVV de la entidad.
19. Realizar cinco colaboraciones en consonancia con la MVV.	19. Nº de colaboraciones realizadas en consonancia con la MVV de CAS.
20. Conseguir que en el 50% de las publicaciones propias aparezca “la animación/ colaboración” con CAS.	20. Nº de publicaciones propias en las que aparece la animación/ colaboración” con CAS.
21. Elaborar 3 notas de prensa al año.	21. Nº de notas de prensa elaboradas.

22. Realizar una acción formativa al año en materia de comunicación externa.
23. Lograr la participación del 50% de los grupos de CAS, al menos con una persona, en las acciones formativas.
24. Conseguir un grado medio de satisfacción del 80% de los participantes en acciones formativas.
25. Realizar una acción formativa al año en materia de comunicación externa.
26. Lograr la participación del 50% de los grupos de CAS, al menos con una persona, en las acciones formativas.
27. Conseguir un grado medio de satisfacción del 80% de los participantes en las acciones formativas.

22. Nº de acciones formativas de comunicación externa realizadas al año.
23. Nº de grupos de CAS que participan en las acciones formativas en materia de comunicación externa.
24. Grado de satisfacción de los participantes en acciones formativas.
25. Nº de acciones formativas en materia de comunicación externa.
26. % de asociados participantes en las acciones formativas.
27. Grado de satisfacción de los participantes en las acciones formativas de comunicación externa.

4.- DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES:

- 1.- Actuaciones de **coordinación, planificación y seguimiento del plan de comunicación externa**. Reuniones periódicas grupo de comunicación por multiconferencia.
Reunión anual presencial.
- 2.- **Presencia y participación** en foros, jornadas, encuentros, debates de interés, etc.
- 3.- **Publicaciones**: revista EntretodoCAS, boletines, libros, folletos informativos...
- 4.- **Difusión de documentos de interés** de CAS: se difundirán a través de la Web de CAS y del perfil social, los documentos elaborados por los grupos de trabajo; documentos que aportan las entidades/socios; documentos surgidos en otros encuentros y jornadas, etc.
- 5.- **Vídeo de presentación de CAS**: se ha trabajado en la elaboración de un vídeo que resume quiénes somos y lo que hacemos con el fin de facilitar la presentación/visibilidad de la entidad y las entidades asociadas.
- 6.- **Materiales identificativos de CAS, diseño y edición de (placa, banderola...)**. Reparto a las entidades asociadas y animación a su uso, con el objetivo de visualizar la entidad.
- 7.- **Web de CAS**: Dinamización y actualización de la Web. Revisión y subida de contenidos.
- 8.- Presencia en las **redes sociales**. Se dinamiza el perfil de Facebook de CAS.
- 9.- **Animación a la participación en CAS**. Se fomentará y animará a participar a las entidades asociadas con aportaciones al perfil social, en la revista, asistencia a encuentros y jornadas...
- 10.- **Formación** técnica. Se ofrecerá formación teniendo en cuenta las necesidades de los socios de CAS en todo momento; tanto de forma grupal como individual.



Nº Reg. N. Asoc. 84347
Declarada UP Orden 02 /11/01

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2016-2019



Cód: F02PA02



F. aprb: 20/12/11



Rev: 02

5.- CRONOGRAMA:

ACTIVIDAD	AÑO 2016											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento												
2. Participación en foros, jornadas												
3. Publicaciones												
4. Difusión de documentos de interés												
5. Vídeo de presentación de CAS												
6. Material identificativo de CAS												
7. Página Web												
8. Presencia en redes sociales												
9. Animación a la participación en CAS												
10. Formación												



Nº Reg. N. Asoc. 84347
Declarada UP Orden 02 /11/01

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2016-2019



Cód: F02PA02



F. aprb: 20/12/11



Rev: 02

ACTIVIDAD	AÑO 2017											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento												
2. Participación en foros, jornadas												
3. Publicaciones												
4. Difusión de documentos de interés												
5. Vídeo de presentación de CAS												
6. Material identificativo de CAS												
7. Página Web												
8. Presencia en redes sociales												
9. Animación a la participación en CAS												
10. Formación												



Nº Reg. N. Asoc. 84347
Declarada UP Orden 02 /11/01

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2016-2019



Cód: F02PA02



F. aprb: 20/12/11



Rev: 02

ACTIVIDAD	AÑO 2018											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento												
2. Participación en foros, jornadas												
3. Publicaciones												
4. Difusión de documentos de interés												
5. Vídeo de presentación de CAS												
6. Material identificativo de CAS												
7. Página Web												
8. Presencia en redes sociales												
9. Animación a la participación en CAS												
10. Formación												



Nº Reg. N. Asoc. 84347
Declarada UP Orden 02 /11/01

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2016-2019



Cód: F02PA02



F. aprb: 20/12/11



Rev: 02

ACTIVIDAD	AÑO 2019											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento												
2. Participación en foros, jornadas												
3. Publicaciones												
4. Difusión de documentos de interés												
5. Vídeo de presentación de CAS												
6. Material identificativo de CAS												
7. Página Web												
8. Presencia en redes sociales												
9. Animación a la participación en CAS												
10. Formación												