

## 1- MISIÓN

Ofrecer información sobre la entidad y las personas con discapacidad intelectual con el fin de fomentar el conocimiento y la confianza tanto entre los miembros de la asociación como de la sociedad en general.

## 2- ANÁLISIS PREVIO Y CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD

### 2.1 - DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Graves problemas en comunicación interna: desinformación, rumores, comunicación informal en pasillos, desinterés...</li> <li>- Escasa participación de públicos internos como familias y socios colaboradores.</li> <li>- Ausencia de canales de comunicación entre públicos internos como, por ejemplo, Junta Rectora y profesionales.</li> <li>- Uso generalizado del Whats App como canal de comunicación, siendo un canal informal e inseguro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de la Comisión de Comunicación.</li> <li>- Implantación de la aplicación TokApp para la comunicación interna.</li> <li>- Apuesta de la entidad por las nuevas tecnologías.</li> <li>- Comunicación corporativa centrada en las personas.</li> <li>- Asociación de familias con unos valores comunes fuertemente establecidos.</li> <li>- Asociación más antigua y grande de Galicia, que nos ubica como referencia en el sector.</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento del modelo de comunicación "a distancia" lo que agrava la brecha digital de muchas personas con discapacidad intelectual.</li> <li>- Situación social adversa (cansancio post pandemia, subida de precios, salarios bajos...)</li> <li>- Incertidumbre sobre la financiación de los centros y servicios. (Concierto Social).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciativas para la financiación de la transformación digital por parte de entidades públicas y privadas.</li> <li>- Colaboración con otras entidades del sector para la celebración de actos comunes e intercambio de información.</li> <li>- Fuerte presencia en Redes Sociales.</li> <li>- Fuertes alianzas con entidades colaboradores del entorno, fundaciones, entidades privadas y administración.</li> <li>- Buena imagen y buena reputación de Aspronaga a nivel autonómico y nacional.</li> </ul>

## 2.1 - CANALES DE COMUNICACIÓN

CANAL	PÚBLICO	PERIODICIDAD	OBSERVACIONES	INDICADORES		RESULTADOS			
						2022	2021	2020	2019
Reuniones	Familias	Semestral	Se celebran dos asambleas generales de familias al año, una en junio y otra en diciembre. En la primera, se presenta y aprueba la Memoria del Año anterior y, en la segunda, los Planes de Acción y los presupuestos del año siguiente.	Nº de socios que asisten a la Asambleas	Junio	36	27	23	45
					Diciembre	29	23	28	40
Circulares	Personas con Discapacidad Intelectual Familias	Continuo	Se inician acciones para eliminar, lo máximo posible, las circulares en papel	Nº de <b>circulares</b> enviadas en <b>papel</b> por el Servicio de Ocio	198	-	-	-	
WhatsApp	Personas con Discapacidad Intelectual Familias Profesionales Voluntarios	Puntual	Aunque es un canal efectivo por su inmediatez, muchas veces provoca un mal uso de la información y el incumplimiento de la protección de datos, sobre todo en los mensajes grupales.	<b>Nº de INFORMES COVID</b> Enviados a familias y profesionales. En junio, el envío de los informes se pasa a hacer a través de la aplicación TokApp	23	49	87	-	

24 im - Messenger	Profesionales	Puntual	Deficiencias en el canal. Poco efectivo, ya que depende de un terminal. En 2020 y 2021 hay que tener cuenta los meses que los centros estuvieron cerrados y no había acceso al imei.	<b>Mensajes enviados por Comunicación con información general</b>	43	29	25	67
TokAPP	Familias Profesionales	Semanal	A partir del 1 de julio, las comunicaciones de Aspronaga dejan de hacerse por WhatsApp a hacerse por TokApp	<b>Nº de INFORMES enviados a familias y profesionales por TokApp de julio a diciembre de 2022</b>	19	-	-	-
E-mail	Junta Rectora Familias (Asproher) Profesionales (Técnicos) Medios de Comunicación Entidades del sector y colaboradoras	Puntual		<b>Nº de e-mails enviados al grupo de hermanos Asproher</b>	8	14	20	16
Página web	Sociedad en general	Puntual	Información estática sobre la Asociación y los centros y servicios y actualización de noticias, blog, documentos y galería. Página web anticuada. Necesaria actualización.	<b>Nº de novedades publicadas En página Aspronaga</b>	33	44	66	53
				<b>Nº de visitas a la página web</b>	31.858	57.460	68.240	65.764
Boletín electrónico	Suscriptores página web Sociedad en general	Mensual	Con el envío de informes semanales y la creación de otros boletines, este boletín deja de publicarse	<b>Nº de suscriptores al boletín de novedades</b>	196	196	196	174
Boletín Aspronaga Informa	Familias y profesionales	Cuatrimestral	Tras los resultados de una encuesta de satisfacción sobre la comunicación de Aspronaga, se determina publicar un boletín	<b>Nº de boletines publicados</b>	3	-	-	-

			cuatrimestral con los siguientes apartados: Ideas y proyectos, Relaciones institucionales y Órganos de Gobierno. El objetivo principal de este boletín es mejorar la comunicación y la transparencia entre los órganos de gobierno y las familias y profesionales.					
Boletín Social	Familias	Mensual	En marzo de 2022 se empieza a publicar un Boletín Social con información sobre "Becas", "Ayudas y Bonos", "Formación" y "Actividades y Avisos"	<b>Nº de personas inscritas al boletín</b>	112			
Plan de Acción	Socios de número Socios colaboradores	Anual	Además de entregar los Planes de Acción impresos a los públicos indicados, se cuelgan en la página web para su acceso público.					
Memoria Anual	Socios de número Socios colaboradores Profesionales Voluntarios Entidades Administración	Anual	Se distribuyen 1000 Memorias al año.					
Folleto informativos	Sociedad en general	Puntual	Existe un folleto sobre Aspronaga que se actualiza cada año.					
Facebook Twitter Instagram Youtube Linkedin Tik Tok	Sociedad en General	Periódico (2-3 publicaciones a la semana)		<b>Nº de publicaciones en Facebook</b>	2022	2021	2020	2019
				<b>Nº de "me gusta"/seguidores en la fan page de Facebook</b>	115	125	195	189
					6.900/ 7.356	6.700	-	5.631

				<b>Nº de seguidores de Twitter</b>	3.524	3.470	-	3.304
				<b>Nº de seguidores de Instagram</b>	2.510	2.200	-	1.360
				<b>Nº de seguidores/me gusta de Tik Tok</b>	373/ 3.937	-	-	-
				<b>Nº de visionados del Canal de Youtube</b>	35.041	47.480	62.838	13.505
Notas de prensa	Medios de Comunicación	Puntual		<b>Nº de notas de prensa enviadas</b>	15	8	8	27
				<b>Nº de impactos en los medios de comunicación</b>	84	72	-	120

### 3- OBJETIVOS GENERALES

1. Transmitir los valores de Aspronaga.
2. Fomentar la cohesión entre los centros y servicios de Aspronaga y potenciar el sentimiento de pertenencia y la participación de la base social en la organización.
3. Dar voz y visibilidad a las personas con discapacidad intelectual.
4. Ofrecer una imagen innovadora, en la que la persona con discapacidad intelectual es la protagonista.
5. Favorecer el conocimiento, la capacidad de comprensión y la inclusión social de las personas con discapacidad intelectual.

### 4- PÚBLICOS OBJETIVOS

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Junta Rectora        | 7. Administración  |
| 2. Familias             | 8. Federaciones y Asociaciones del sector  |
| 3. Usuarios             | 9. Entidades (colaboradores, financiadores, fundaciones, entidades privadas, etc...) |
| 4. Profesionales        | 10. Medios de Comunicación   |
| 5. Voluntarios          | 11. Sociedad en general  |
| 6. Socios colaboradores |  |

### 5- RECURSOS

Recursos humanos: Técnico de Comunicación.

Recursos materiales: Ordenador de mesa, ordenador portátil, cámara de fotos/vídeo, trípode.

## 6- PLANIFICACIÓN

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADOS	
		2022	2021
1. Difundir las actividades de Aspronaga. Dar visibilidad a las personas con discapacidad intelectual.	Nº de impactos en medios de comunicación al año > 70	1º semestre 40 2º semestre 44 <b>Total 84</b>	72

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
1.1 Identificar las actividades que puedan resultar de interés y el canal adecuado para su difusión.	Realizado	Continuo	Continuo
1.2 Elaborar la noticia/post (toma de fotografías/vídeos y redacción del texto) adaptándolo a cada canal de comunicación.	Realizado	Continuo	Semestral
1.3. Difusión de la noticia/post en los canales de comunicación (página web, Redes Sociales, publicaciones y notas de prensa).	Realizado	Continuo	Semestral

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADO	
		2022	2021
2. Crear redes de comunicación con Administración y entidades afines	Nº de colaboraciones con otras entidades al año > 30	<b>43</b>	40

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
2.1 Enviar la memoria anual de Aspronaga.	Realizado	Junio	Anual

2.2 Redactar y enviar cartas de agradecimiento.	Realizado	Continuo	Anual
2.3 Mantener un contacto de forma continua en las redes sociales (me gusta, compartir, retweetar, comentar, etc...)	Realizado	Continuo	Semestral
2.4. Colaborar con otras entidades del sector en la organización de eventos	Realizado	Continuo	Semestral

OBEJTIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADO	
		2022	2021
3. Ofrecer una imagen corporativa comprensible, inclusiva, actual e innovadora.	% de familiares que considera que los Planes de Actuación son "muy", "bastante", "fáciles" de entender >75%	92,7 %	Sin medición

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
3.1 Diseñar y difundir las plantillas de las comunicaciones.	Realizado	Puntual	Anual
3.2 Renovar el diseño y contenido de la página web de Aspronaga y del CEEPR Ntra. Sra. de Lourdes	Iniciado	Enero 2023 - Enero 2024	Semestral
3.3 Diseñar y actualizar los folletos informativos de Aspronaga, webs, memorias de actividades, carteles de actos y eventos, invitaciones, cabeceras de redes sociales...	Realizado	Continuo	Anual
3.4 Adaptar todas las comunicaciones al lenguaje fácil e inclusivo.	Iniciado	Enero 2023 – Enero 2024	Semestral



OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADO	
		2022	2021
4. Incrementar el conocimiento y la participación conjunta de los centros y servicios de Aspronaga. Dar voz a las PCDI.	Nº de personas que participan en la Comisión de Comunicación >=10	13	12

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
4.1 Crear una Comisión de Comunicación de Aspronaga	Realizado	Noviembre 2020	Puntual
4.1.1 Nombrar un equipo de comunicación con diferentes perfiles y de diferentes centros/servicios.	Realizado	Noviembre 2020	Puntual
4.1.2 Mantener reuniones periódicas en las que poner en común la información y tomar decisiones.	Realizado	Mensual	Anual
4.1.3 Informar de todas las novedades a los públicos de interés.	Realizado	Continuo	Anual
4.1.4 Editar y publicar un boletín trimestral con información de la entidad.	Realizado	Cuatrimestral	Anual

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADOS		
		2022		2021
5. Optimizar los canales de comunicación interna	% de familiares y profesionales que instalan TokApp en el móvil >= 40%	1º semestre	Sin medición	Sin medición
		2º semestre	<b>37,8 %</b>	

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
5.1 Implantar la aplicación TokApp para la comunicación corporativa con familias y profesionales.	Realizado	Julio 2022	Semestral
5.2 Formar a profesionales y familias en el uso del TokApp	Iniciado	Continuo	Anual

### 7- DOCUMENTOS VINCULADOS

#### PLANTILLAS

- Cartas y circulares
- Convocatoria de prensa
- Nota de prensa
- Planificación de actos
- Ficha de evaluación comunicación

#### IMAGEN CORPORATIVA

- Logotipo  
<http://aspronaga.net/es/component/phocadownload/category/34-identidad-corporativa.html>
- Memorias  
<http://aspronaga.net/es/component/phocadownload/category/30-memorias.html>
- Folleto informativo Aspronaga  
[http://aspronaga.net/phocadownload/identidad\\_corporativa/folleto\\_aspronaga\\_2017\\_web.pdf](http://aspronaga.net/phocadownload/identidad_corporativa/folleto_aspronaga_2017_web.pdf)
- Página web de Aspronaga [www.aspronaga.net](http://www.aspronaga.net)
- Página de Facebook <https://www.facebook.com/aspronaga.asociacion/>
- Twitter <https://twitter.com/Aspronaga>
- Instagram <https://www.instagram.com/aspronaga/>
- Canal de Youtube <https://www.youtube.com/user/comunicacionaspronaga>

### DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.  
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-16673-consolidado.pdf>
- Guía de Buenas Prácticas de Comunicación Interna de Plena Inclusión.  
<http://www.plenainclusion.org/sites/default/files/bp-comunicacion-interna.pdf>
- Guía de Buenas Prácticas de Comunicación Externa de Plena Inclusión.  
<http://www.plenainclusion.org/sites/default/files/bp-comunicacion-externa.pdf>