

Plan de Comunicación

Plena inclusión La Rioja

¿Por qué un Plan de Comunicación?

El plan de comunicación debe ser un documento referente de la organización, que ayude a proyectar la imagen pública deseada, a dar a conocer la marca y el trabajo y objetivos de Plena inclusión La Rioja.

Es, a la vez, un medio de reflexión sobre el funcionamiento de la Federación, que implica a toda la organización en su diseño y, especialmente, en el desarrollo de éste.

El plan deberá trabajar tanto la parte interna como la externa en cuando a la mejora de la comunicación.

Desde el punto de vista interno, la mejora en la comunicación interna debe ser una herramienta para cohesionar el Movimiento Asociativo, para obtener una mayor participación y una visión compartida.

Trabajar la comunicación externa tendrá como fin que la sociedad conozca a las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, con una visión positiva, con normalidad. Además debe conseguir implantar la marca Plena inclusión La Rioja en la sociedad, poder influir en el entorno y avanzar en materia de derechos.

Así, el Área de Comunicación de Plena inclusión La Rioja aborda actividades, tanto propias, derivadas de la estrategia de comunicación de la Federación como, transversalmente, otras derivadas de otras áreas y departamentos de la entidad. El fin es ofrecer un servicio tanto a los propios trabajadores y entidades miembro, como una difusión en el entorno del proyecto federativo y de sus actividades y programas.

A nivel interno:

La comunicación interna dentro de la propia Federación está dirigida a los profesionales, comunicando la información relevante y puntual sobre la Federación, entidades miembro, Confederación y entorno, especialmente, lo vinculado al Tercer Sector. Se coordina también la Red de Comunicación, con los responsables de las entidades miembro de Plena inclusión La Rioja. Así mismo, participa en la Red de Comunicación de Confederación, respaldando las acciones mediáticas marcadas a lo largo del año.

A nivel externo:

Coordina las actuaciones con el entorno, tanto con otras entidades vinculadas a la discapacidad o del Tercer Sector, como con otras de proyectos en los que se involucra Plena inclusión La Rioja. El Área de Comunicación trabaja,

representando a la Federación, en diferentes organizaciones del entorno, en temas que le atañen. Se marca la estrategia con los medios de comunicación para dar a conocer a la propia Federación, así como sus programas, proyectos, reivindicaciones... También coordina las acciones de comunicación que afectan o involucran a las personas con discapacidad intelectual, como colectivo, en actuaciones de la federación, ante la Administración, otras organizaciones...

Claves para mejorar la imagen de la Federación

Para elaborar el Plan de Comunicación de la Federación y que éste ofrezca los resultados esperados es necesario tener en cuenta varios aspectos:

- Tener una idea misión clara, útil y motivadora.
- Dar importancia a la mejora de la imagen como un elemento fundamental para el trabajo y desarrollo de la Federación.
- Conocer al colectivo de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, y a sus familias. Saber cuáles son sus intereses y necesidades.
- Conocer el entorno y las entidades relacionadas con la Federación.
- Destacar la utilidad de los proyectos para el colectivo con que trabajamos. Que los proyectos no sean mera información, sino que ilusionen.
- Hacer una revisión de cómo nos ven en el entorno y, tenerlo en cuenta a la hora de realizar las acciones comunicativas.
- Decidir el tipo de relación que queremos que la Federación tenga con otras entidades: Administración pública, asociaciones, medios de comunicación, público, etc.
- Trabajar sobre la importancia de ofrecer una misma imagen de la Federación y de nuestra misión, por parte de todos los miembros de la Federación.
- Realizar evaluaciones periódicas de cómo se nos ve, para ver la evolución o dificultades de nuestra imagen y poder introducir mejoras y corregir errores.

Misión y mensaje

Plena inclusión La Rioja tiene una misión muy clara y definida: “contribuir, desde su compromiso ético, con apoyos y oportunidades, a que cada persona con discapacidad intelectual o del desarrollo y su familia puedan desarrollar su proyecto de calidad de vida, así como a promover su inclusión como ciudadana de pleno derecho en una sociedad justa y solidaria”.

Así pues, el mensaje presente en todas las acciones comunicativas desarrolladas por la Federación no puede perder de vista esta misión y se encaminará siempre a promoverla, sensibilizar y darla a conocer a la sociedad.

Para conseguir calar en el entorno y dar a conocer nuestra marca y nuestro trabajo será necesario adaptar el mensaje a cada tipo de público, con el fin de ilusionarlos y de hacer que se entienda nuestra misión y el trabajo y proyecto de nuestra Federación.

Principios que enmarcan nuestra acción comunitaria

Los principios que deben ser transversales en el Plan de Comunicación para que las acciones de éste respondan de manera eficaz y ética son:

Dignidad: Poner a las personas por delante de los fines de la comunicación.

Normalización: Mostrar que cualquier persona puede estar en una situación de discapacidad, exclusión, desprotección, dependencia o riesgo.

Participación: Contar con la participación activa de la propia persona o grupo de personas en el hecho comunicativo.

Profesionalidad: Ser fiel a la verdad y a la función comunicadora.

Equidad: Utilizar mensajes e imágenes veraces que eviten la desigualdad, marginación o minusvaloración de las personas y colectivos.

Aplicar además de forma transversal la equidad de género en la comunicación.

Objetivos

El Plan de Comunicación debe marcarse unos objetivos prioritarios hacia los cuales dirigir las acciones comunicativas. Así mismo es necesario establecer

unos indicadores que nos permitan posteriormente hacer un seguimiento y valorar los resultados.

Se proponen los siguientes objetivos:

- Afianzar la marca y nombre de la Federación.
- Alcanzar mayor presencia en los medios de comunicación.
- Mejorar la imagen que se transmite de las personas con discapacidad intelectual.
- Mejorar la comunicación interna para ofrecer una imagen más fuerte y cohesionada del Movimiento Asociativo.
- Hacer accesible la comunicación a todos los grupos de interés de Plena inclusión La Rioja.

Los objetivos se irán revisando periódicamente para evaluarlos, ver los resultados obtenidos y marcar otros nuevos para cada etapa.

Calendario

Es necesario organizar no sólo cómo se van a realizar las acciones comunicativas sino también cuándo. Para eso hay que elaborar con un calendario que nos permita organizarlas en función de los objetivos que queramos conseguir, buscar la oportunidad, calcular el impacto, dosificar la información, hacerla coincidir con determinados eventos, etc. Por ejemplo, se aprovecharán los días internacionales y europeos, vinculados de alguna manera con nuestros proyectos, como estrategia para informar y conseguir mayor atención mediática. También cabe apostar por otros días 'd', que cuenten con menos respaldo mediático, para así buscar un hueco y posicionar nuestra marca.

No obstante habrá que prever un margen para la improvisación y para reaccionar en determinados momentos en los que será necesario dar una respuesta comunicativa concreta ante algunas circunstancias o que la Federación sea proactiva, desde el punto de vista de la información, en algún momento concreto. El COVID 19 ha hecho, en este sentido, que se haga una reflexión acerca de comunicación.

Presupuesto

Si bien hay acciones comunicativas que podrán realizarse sin coste, a través de canales gratuitos, otras deben contar con un presupuesto para hacer frente a campañas, materiales, contratación de agencias de publicidad, profesionales, etc.

La Federación así lo recoge y cuenta con una partida presupuestaria anual para hacer frente a los costes derivados de las acciones comunicativas previstas.

Evaluación y seguimiento

Es necesario marcar periodos de tiempo para realizar un seguimiento de cómo se está desarrollando el Plan de Comunicación y las acciones informativas. Este seguimiento permitirá evaluar si se están consiguiendo los resultados previstos o si hay que introducir cambios y mejoras en el trabajo.

Comunicación interna y externa

Es importante diferenciar, dentro del Plan de Comunicación, las áreas INTERNA y EXTERNA, puesto que la forma de organizar, planificar e informar en cada una de ellas tendrá su propio comportamiento.



La comunicación interna

La comunicación interna de la Federación se plasma en el Plan de Comunicación con el fin de que sirva como herramienta para reforzar la mejora en los flujos de información y hacer más eficientes y eficaces los canales de comunicación dentro de las propias áreas profesionales y de nuestro colectivo.

Con ello se conseguirá reforzar la imagen del Movimiento Asociativo, que sea coherente y homogeneizada y conseguir resultados más eficaces en nuestras acciones.

Cuadro de Comunicación INTERNA

AGENTE	OBJETIVO	ACCIONES	CANALES
CONFEDERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Compartir información con las Federaciones. Trabajar conjuntamente en proyectos de comunicación y difusión. Trabajar para ofrecer una imagen homogénea del Movimiento Asociativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de un plan nacional de comunicación. Elaboración de campañas nacionales. Apoyo en la difusión de campañas de Plena inclusión La Rioja. Manual corporativo. 	<ul style="list-style-type: none"> Red Nacional de Comunicación. Intranet. Correo electrónico. Google calendar. WhatsApp. Publicación informativa periódica (Voces).

			<ul style="list-style-type: none"> • Notas informativas. • Informes y argumentarios. • Campañas en RR.SS
<p>PLENA INCLUSIÓN LA RIOJA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una imagen sólida y única del proyecto Plena inclusión La Rioja. • Informar a la plantilla para que conozca los proyectos federativos y el calendario de actuación. • Establecer canales para recoger información y propuestas del equipo profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de protocolos de comunicación. • Formación a directivos en comunicación y protocolo. • Píldoras formativas sobre la forma de representar e informar sobre Plena inclusión La Rioja. • Dar a conocer el manual corporativo de la Federación. • Crear herramientas y protocolos para informar sobre los proyectos al equipo profesional. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet. • Correo electrónico. • Circulares internas. • WhatsApp. • Google calendar. • Reuniones periódicas. • Buzón de sugerencias. • Reuniones periódicas.

		<ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre noticias de actualidad de interés general, vinculadas al colectivo. 	
<p>ENTIDADES MIEMBRO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarlas como parte del Movimiento Asociativo. • Compartir con nuestras entidades proyectos comunes. • Ofrecer espacios federativos para comunicar sus proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de código deontológico informativo. • Establecer canales de comunicación bidireccional. • Compartir manual de estilo. • Trabajo coordinado con la red regional en la elaboración y difusión de proyectos. • Compartir y valorar noticias de interés general sobre el colectivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Red regional de comunicación. • Correo electrónico. • Reuniones periódicas. • Notas informativas. • WhatsApp.

<p>PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL Y FAMILIAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarlas como parte del Movimiento Asociativo. • Identificarlas como esencia del proyecto federativo. • Hacerlas participativas en los proyectos. • Facilitar que la información sea accesible a las personas con discapacidad intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en comunicación y protocolo. • Formación en modelos de autorepresentación. • Cuidar el derecho a la imagen y la confidencialidad. • Realizar materiales en Lectura Fácil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de auto representación. • Grupos de autogestores. • Boletines informativos. • Correo postal.

La comunicación externa

Es una realidad que nuestra Federación se relaciona con el entorno, lo quiera o no. Le afecta y ella también impacta sobre él, en mayor o menor medida. Es importante analizar nuestro entorno y nuestro público objetivo, con el fin de definir la forma de dirigirnos a él a través de la comunicación.

Es importante que la relación con el entorno esté dirigida por nosotros, según los intereses de la Federación. Debemos fijar los objetivos para transmitir una imagen fuerte y coherente y que la sociedad conozca a las personas con discapacidad intelectual con una visión positiva, con normalidad.

Para conseguir una relación eficaz con el entorno, nuestra comunicación deberá ser eficaz, adaptada al lenguaje de los destinatarios, que capte la atención y conecte con sus intereses.

Cuadro de Comunicación EXTERNA

AGENTE	OBJETIVO	ACCIONES	CANALES
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Establecer relaciones con los Medios de Comunicación como apoyo en la difusión del proyecto federativo y de la marca. 	<ul style="list-style-type: none"> Ruedas de prensa. Participación en programas de radio y televisión. Declaraciones a prensa escrita. Convenios especiales con los medios. Cuñas publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Notas de prensa. Comunicados oficiales. Correo electrónico.

		<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar los días internacionales y europeos para lanzar notas de prensa como estrategia. • Colaboración con la Asociación de la Prensa. 	
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Hacerlas conocedoras de los proyectos federativos relacionados con sus áreas. • Convertirlas en aliadas de proyectos representativos. • Ejercer incidencia política. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los proyectos federativos más relevantes a los responsables políticos. • Firma de convenios de colaboración y contratos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicados. • Argumentarios. • Informes. • Reuniones por áreas.
OTRAS INSTITUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer canales de comunicación en proyectos e intereses comunes. • Trabajar conjuntamente en la incidencia política en lo referente a proyectos compartidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar en campañas de comunicación comunes. • Redes y mesas de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Notas informativas conjuntas. • Reuniones periódicas. • Comunicados. • Correo electrónico.

<p>SOCIEDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer llegar a la sociedad riojana el proyecto de Plena inclusión La Rioja. • Sensibilizar sobre la misión de la Federación. • Transmitir una imagen normalizada y digna del colectivo de las personas con discapacidad intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas información y de sensibilización. • Adaptar el mensaje a los diferentes públicos. • Hacer partícipes a las personas con discapacidad intelectual de las acciones informativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web. • Redes Sociales. • Folletos informativos. • Publicaciones. • Soportes publicitarios. • Empresa externa de publicidad y diseño.

