



Plan de Comunicación

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1	Introducción	2
2	Objetivos y líneas de actuación	3
3	Públicos	5
4	Canales y medios propios	6
5	Relación de los canales y medios con los públicos y objetivos	8
6	Estructura organizativa	11
6.1	Funciones	11
6.2	Relaciones del Departamento de Comunicación con otros departamentos	12
7	Evaluación	14

1 Introducción

El Plan de Comunicación de la Fundación Iniciativa Solidaria Ángel Tomás se enmarca dentro del Plan Inspectorial de Comunicación de la Inspectoría María Auxiliadora a la que pertenece la entidad. Por tanto, comparte sus objetivos y líneas de actuación.

Al mismo tiempo, la propuesta comunicativa de la Fundación está orientada por los criterios de identidad y actuación de las Plataformas Sociales Salesianas¹:

- Criterio de protagonismo juvenil y educación integral
- Criterio preventivo
- Criterio evangelizador
- Criterio de interculturalidad e identidad religiosa
- Criterio familiar y comunitario
- Criterio de compromiso sociopolítico
- Criterio de trabajo en red

A través de la acción comunicativa de la Fundación se pretende poner de manifiesto la singularidad de la Fundación y sus Plataformas Educativas Sociales (PES) y potenciar sus rasgos diferenciadores frente a otras entidades para captar recursos. Las PES basan su actuación en el Sistema Preventivo de Don Bosco que ayuda al crecimiento integral de las personas respetando las propias creencias religiosas, y se caracterizan² por:

- ser ambiente integral donde se ofrecen servicios educativos;
- atender a la persona joven y acompañarla en su inclusión comunitaria como sujeto de derechos;
- comprometerse con la justicia y la renovación de la sociedad;
- impulsar la cultura de la solidaridad según valores que se inspiran en el sistema Preventivo de Don Bosco y en la Doctrina Social de la Iglesia.

¹: Propuesta Educativo-Pastoral de las Plataformas Sociales Salesianas. Editorial CCS (2016)

²: Propuesta Educativo-Pastoral de las Plataformas Sociales Salesianas. Editorial CCS (2016)

2 Objetivos y líneas de actuación

El presente Plan de Comunicación de la Fundación establece unos objetivos y líneas de actuación propios para apoyar la misión de la Fundación, dar visibilidad a las Plataformas Educativas Sociales y captar recursos económicos y humanos para crecer y ganar autonomía.

Estos objetivos y sus correspondientes líneas de actuación se concretan en:

- I. **Poner la comunicación al servicio de las PES para ser su altavoz y dar a conocer el trabajo que desarrollan en favor de la infancia, la juventud y colectivos en riesgo de exclusión social.**
 - A. Apoyando la difusión de sus actividades a través de los canales de comunicación de la Fundación: página web, redes sociales, boletín informativo, dossiers y material de difusión.
 - B. Generando informaciones relevantes que se difundan a los medios de comunicación generalistas, medios de comunicación salesianos y entidades en red a las que pertenece la Fundación.
 - C. Apoyando la labor de las personas responsables de comunicación de las PES mediante asesoramiento, herramientas y formación.

- II. **Dar mayor visibilidad y proyección a la Fundación en la sociedad y en el ámbito interno, en las Comunidades Educativo Pastorales salesianas de nuestro ámbito de actuación.**
 - A. A través de una hoja de ruta anual en la que se fijen objetivos y acciones concretas, a corto, medio y largo plazo y que, en línea con el Plan de Comunicación, den respuesta a necesidades concretas.
 - B. Informando de manera constante a través de los canales de difusión propios, gestionados por la Fundación: web, redes sociales, boletín informativo, correo electrónico, memoria anual.
 - C. Estableciendo una línea directa con las personas responsables de comunicación de las casas salesianas en las que se incluyen las PES de la Fundación, para que apoyen la difusión de las informaciones de sus plataformas.

III. Aumentar en número de socios, entidades colaboradoras y personas voluntarias; y fidelizar a quienes ya apoyan a la Fundación.

- A. Apoyando las acciones y necesidades comunicativas del equipo de Voluntariado y la Dirección General para captar recursos humanos y económicos.
- B. Creando acciones comunicativas y de marketing enfocadas a cada uno de los grupos de interés para captar nuevos recursos.
- C. Poniendo en valor el apoyo y el trabajo que realizan el voluntariado, los socios y socias y las empresas colaboradoras, mostrando la realidad del cambio gracias a su fidelidad.

IV. Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad.

- A. Creando conciencia social a través de la opinión, la información y al análisis de la actualidad y de la sociedad en la que vivimos.
- B. Dando difusión a las acciones sociales en las que participa la Fundación a través de las entidades con las que trabaja en red, así como otras entidades sociales Salesianas.

V. Mejorar la comunicación interna para favorecer la cohesión entre el colectivo de trabajadores y mantener una imagen homogénea de la Fundación.

- A. Trabajando documentos (plantillas, manuales, etc.) que fijen los criterios comunes que hay que seguir en cualquier acción que proyecte la imagen de la Fundación al exterior: noticias, memorias de proyectos, etc.
- B. Abriendo y poniendo a disposición de los trabajadores y trabajadoras líneas de comunicación para que fluya la información tanto en sentido ascendente como descendente.
- C. Estableciendo pautas de actuación que coordinen la comunicación entre la estructura interna de la Fundación: PES y departamentos (Dirección, Secretaría Técnica, Administración, Subvenciones, Voluntariado, Patronato, Calidad, Pastoral, Patronato...).

3 Públicos

Para definir las estrategias de comunicación es necesario concretar los públicos a los que nos dirigimos. Siguiendo la categorización que realiza la Delegación de Comunicación, la Fundación identifica los siguientes públicos:

Público interno. Es el que se considera parte de la organización o con el que existe una relación y afinidad muy directa con el fin de la misma.

- Trabajadores y trabajadoras de la Fundación
- Patronato
- Salesianos de la Inspectoría SMX
- Responsables de comunicación de las Casas Salesianas
- Directores de las Casas Salesianas

Público externo. Aquel que no tiene relación directa con la organización pero que cuyos miembros se considera que forman grupos de interés para el mensaje que se transmite.

- Medios de comunicación
- Administración pública
- Empresas y entidades potencialmente colaboradoras
- Sociedad en general

Público intermedio. Públicos concretos que no pueden considerarse internos, porque no pertenecen a la institución, no viven de su nómina; ni externos porque no están absolutamente fuera de su influencia o su acción, no resultan totalmente ajenos a la empresa o a la organización³.

- Colectivos de socios colaboradores
- Voluntariado
- Personas destinatarias de las PES y familiares (en el caso de menores)
- Empresas colaboradoras
- Entidades del Tercer Sector
- Entidades sociales Salesianas
- Familia Salesiana
- Comunidades Educativas Pastorales presencias salesianas

³ Bel Mallén, Ignacio. Comunicar para crear valor. Editorial EUNSA. Pág. 42-45. Pamplona (2004).

4 Canales y medios propios

1. **Boletín Informativo:** revista impresa y digital, de periodicidad trimestral, que se difunde a los distintos públicos objetivos. Recoge la información más importante que se ha producido en el trimestre, entrevistas a personas de la Fundación, ayudas, colaboraciones, acuerdos, etc... El histórico está disponible en la web de la Fundación.
2. **Página web** (www.fisat.es, www.fundacionangeltomas.org): recoge la información institucional de la Fundación y cada PES cuenta con su espacio. Recoge, asimismo, noticias de la Fundación como entidad y de la actividad más relevante de las PES, material de difusión descargable, listado y enlaces de entidades en red, empresas y entidades colaboradoras.
3. Páginas **webs locales** de las Casas Salesianas a las que pertenecen las PES. Este apartado es gestionado directamente por el departamento de Comunicación de la Fundación.
4. **Redes Sociales:** en las que la Fundación está presente con un perfil corporativo (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y LinkedIn).
5. **Memoria anual:** es uno de los recursos que más valor otorga a la política de transparencia de la Fundación. En ella se recopila las novedades que se han desarrollado a lo largo del ejercicio, se recoge el balance económico del año, se aportan datos actualizados de las PES (persona laboral, personas destinatarias, entidades colaboradoras).
6. **Productos informativos** de difusión de la Fundación y las PES: dossier de la Fundación, dossieres de las PES y proyectos.

7. **Mailing.** Mediante el canal del correo electrónico se realizan campañas puntuales con distintos objetivos: agradecimientos, felicitaciones e informaciones (Helpfreely, X Solidaria, etc.). Dirigidas a socios, colaboradores y personal laboral.
8. **Notas de prensa** a los medios generalistas y salesianos sobre temas considerados relevantes por la Fundación con objeto de estar presentes en los mismos.
9. **Relaciones con los Medios de Comunicación** manteniendo un contacto fluido con los responsables (agencias, prensa, radio y televisión) de cualquier ámbito (local, regional y nacional) en la zona de influencia geográfica de la Fundación -Comunitat Valenciana y Región de Murcia-.
10. **Recursos formativos:** materiales e iniciativas a disposición de los responsables de comunicación de las PES sobre temas de comunicación.
11. **Imagen Corporativa:** diseño, desarrollo y coordinación de la imagen corporativa en la Fundación. Desde el departamento de Comunicación se vela por el correcto uso de la imagen corporativa.
12. **Merchandising:** coordinación de la gestión, diseño y desarrollo del *merchandising* entre las PES y la Fundación.
13. **Vídeo y multimedia:** realización de vídeos de actividades de la Fundación, entrevistas a personal de las PES, personas destinatarias, o de promoción de diferentes campañas.
14. **Relación con canales de comunicación de la Inspectoría y Salesianos en general.** La Delegación de Comunicación Social distribuye, si lo considera, la información que le ha sido enviada, a los diversos canales de comunicación salesianos: delegación nacional de Comunicación, Boletín Salesiano, ANS y Dicasterio para la Comunicación Social.

15. **Relación con las Casas Salesianas** a las que pertenecen las PES, a través de las personas responsables de comunicación.

16. **Participación en foros del Tercer Sector.** A través de la pertenencia de la Fundación a organizaciones del Tercer Sector de ámbito local, autonómico y nacional.

17. **Bases de datos** con un servicio de información actualizada sobre personas, datos, medios de comunicación, actividades y acontecimientos de la Fundación.

18. **Helpfreely y Wapsi.** Herramientas de captación de fondos desarrolladas por *Help Freely Foundation* y Fundació Equilibri.

5 Relación de los canales y medios con los públicos y objetivos

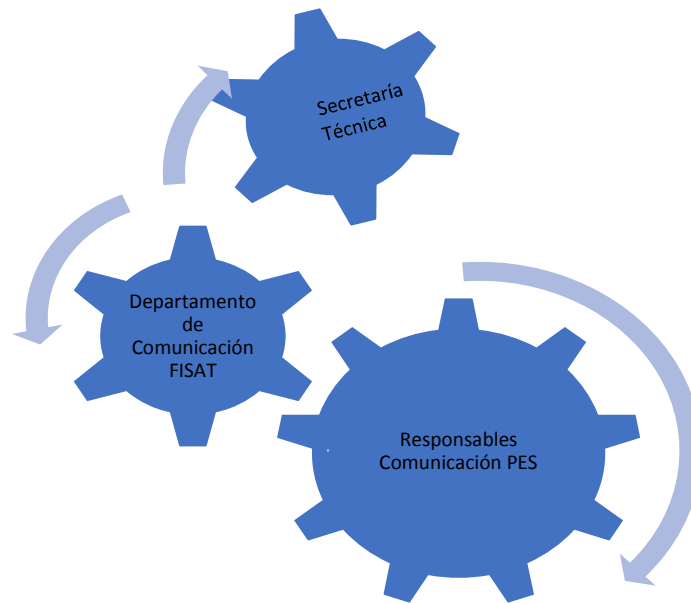
Canal / Medio	Público	Responsable	Objetivo	Periodicidad
Boletín Informativo	Interno Intermedio	Comunicación / - PES comunicación /Sec. Técnica	-Poner la comunicación al servicio de las PES -Dar mayor visibilidad a la Fundación -Fidelizar	Trimestral
Página web	Interno Externo Intermedio	Comunicación	- -Poner la comunicación al servicio de las PES -Dar mayor visibilidad a la Fundación -Fidelizar - Aumentar en número de socios, entidades colaboradoras y personas voluntarias -Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad. - Ejercicio transparencia	Diaria
Webs locales	Interno Externo Intermedio	Comunicación	- -Poner la comunicación al servicio de las PES. -Dar mayor visibilidad a la Fundación, en especial a la Comunidad Educativa Pastoral local.	Según demanda
Redes Sociales	Interno Externo Intermedio	Comunicación / PES comunicación	- -Poner la comunicación al servicio de las PES. -Dar mayor visibilidad a la Fundación. -Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad.	Diaria
<i>Mailing</i>	Interno Intermedio	Comunicación / Sec. Técnica	- -Fidelizar	Según oportunidad
Memoria Anual	Interno Externo Intermedio	Comunicación / Sec. Técnica / PES / Contabilidad / Subvenciones	-Poner la comunicación al servicio de las PES. -Dar mayor visibilidad a la Fundación. -Fidelizar. -Ejercicio transparencia	Anual
Productos informativos de difusión	Externo Intermedio	Comunicación / Sec. Técnica	- -Poner la comunicación al servicio de las PES. -Dar mayor visibilidad a la Fundación.	Según demanda

Canal / Medio	Público	Responsable	Objetivo	Periodicidad
Notas de prensa	Medios de comunicación / Delegación de Comunicación SMX	Comunicación	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación. - Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad.	Según demanda
Relaciones con los medios de comunicación	Medios de comunicación	Comunicación	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación.	Según demanda
Recursos formativos	Delegados de comunicación PES	Comunicación / Sec. Técnica	- Mejorar la comunicación interna y mantener una imagen homogénea de la Fundación.	Según demanda
Imagen corporativa	Interno Externo Intermedio	Comunicación / Sec. Técnica	- Mejorar la comunicación interna y mantener una imagen homogénea de la Fundación.	Según demanda
<i>Merchandising</i>	Externo Intermedio	Comunicación / PES Comunicación / Sec. Técnica	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación.	Según demanda
Vídeos y multimedia	Interno Externo Intermedio	Comunicación / PES Comunicación	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación.	Según demanda
Relación con canales de comunicación de la Inspección Salesianos en general	Interno Externo Intermedio	Comunicación	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación. - Mejorar la comunicación interna y mantener una imagen homogénea de la Fundación.	Habitual
Relación con las Casas Salesianas	Interno Externo Intermedio	Comunicación / PES Comunicación	- Poner la comunicación al servicio de las PES. - Dar mayor visibilidad a la Fundación, en especial a la Comunidades Educativo Pastorales.	Habitual
Participación en foros del Tercer Sector	Externo Intermedio	PES / Representantes de la Fundación	- Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad. - Dar mayor visibilidad a la Fundación.	Según demanda



Canal / Medio	Público	Responsable	Objetivo	Periodicidad
Bases de datos	Interno	Comunicación / Sec. Técnica	-Mejorar la comunicación interna y mantener una imagen homogénea de la Fundación.	Habitual
Herramientas de captación	Externo	Secretaría Técnica	-Favorecer una visión crítica de la sociedad, el compromiso y la solidaridad. -Dar mayor visibilidad a la Fundación. -Aumentar en número de socios, entidades colaboradoras y personas voluntarias.	Según oportunidad

6 Estructura organizativa



La comunicación en la Fundación se genera desde el Departamento de Comunicación en sede y desde las PES, a través de las personas delegadas de comunicación. Desde la Secretaría Técnica se apoya al Departamento de Comunicación, se coordina parte de la Comunicación de la Fundación y mantiene línea directa con la Dirección.

6.1 Funciones

Departamento de Comunicación FISAT

Actualmente el Departamento de Comunicación está formado por un Técnico de Comunicación y un Diseñador. Sus Funciones son:

Técnico de Comunicación

1. Coordinar la comunicación integral de la Fundación (interna y externa).
2. Marcar las directrices de la comunicación para trabajar conjuntamente en una misma línea.
3. Trazar y coordinar la aplicación del Plan de Comunicación de la Fundación y la Programación Anual de Comunicación.
4. Asesorar y apoyar a la Dirección en temas de comunicación.
5. Apoyar y animar a las personas delegadas de Comunicación de las PES.
6. Gestionar los contenidos de la página web en castellano y valenciano.
7. Coordinar y elaborar las publicaciones periódicas o puntuales.
8. Publicar y dinamizar las Redes Sociales de la Fundación.
9. Mantener relaciones de intercambio con la Delegación de Comunicación de la Inspectoría SMX.
10. Mantener contacto con los medios de comunicación.
11. Mantener relaciones de intercambio de información con los delegados de Comunicación de las Casas Salesianas a las que pertenecen las PES.
12. Ayudar en las necesidades comunicativas de otros departamentos.

Diseñador

1. Diseñar y actualizar las publicaciones periódicas y puntuales de la Fundación.
2. Mantener la página web de la Fundación y los apartados de la Fundación de las webs locales.
3. Velar por el buen uso y las aplicaciones de la identidad visual corporativa.
4. Diseñar soportes para diferentes necesidades y canales (Redes sociales, web, cartelería, etc.).
5. Diseñar las campañas de *mailing*.
6. Asesorar al Técnico de Comunicación en temas de diseño y gestión de la web.

Responsables de Comunicación de las PES

Las personas responsables de comunicación de las PES son nombradas por las directoras o directores de las PES. Sus funciones son:

1. Promover la comunicación en su PES. Dando testimonio del trabajo que se realiza a través de informaciones que publican en las Redes Sociales de forma habitual.
2. Ser enlace con el Departamento de Comunicación de la Fundación.
3. Cooperar en la elaboración y aplicación del Manual de Comunicación de las PES.
4. Generar informaciones susceptibles de ser publicadas en la web de la Fundación y transmitir las al Departamento de Comunicación cuando estimen oportuno o lo solicite el Departamento de Comunicación.
5. Informar y facilitar datos al Departamento de Comunicación sobre actividades, actos, nuevas iniciativas, etc. que sean susceptibles de convertir en nota de prensa para los medios de comunicación.
6. Facilitar informaciones, imágenes y testimonios al Departamento de Comunicación para generar las publicaciones periódicas o puntuales que se requieran (Boletín Informativo, notas de prensa, dípticos, dossieres, memoria anual, etc.).

6.2 Relaciones del Departamento de Comunicación con otros departamentos

- A. **Departamento de Pastoral.** Favorece la comunicación de iniciativas y campañas de esta delegación.
- B. **Subvenciones.** Diseña y desarrolla planes y acciones comunicativas requeridas por las entidades públicas o privadas que colaboran con la Fundación a través de subvenciones, patrocinios, etc.
- C. **Voluntariado.** Apoya las acciones de voluntariado difundíéndolas y diseñando materiales requeridos para su promoción.
- D. **Calidad.** Apoya las necesidades comunicativas del departamento. Genera y difunde informaciones que pongan de relieve el trabajo que se realiza en la Fundación en este ámbito.
- E. **Igualdad.** Apoya las necesidades comunicativas del departamento. Genera y difunde informaciones que pongan de relieve el trabajo que se realiza en la Fundación en este ámbito. Colabora con los responsables de Igualdad en el desarrollo y aplicación del Plan de Igualdad, por ejemplo, con el lenguaje inclusivo.
- F. **Responsabilidad Social Corporativa.** Apoyando la realización de actuaciones relacionadas con la formación y divulgación en materia de responsabilidad social.

7 Evaluación

Este Plan se propone marcar las líneas generales que la Fundación Iniciativa Solidaria Ángel Tomás llevará a cabo en el sector de la Comunicación durante los próximos años.

Este documento se revisará cada dos años. El seguimiento y evaluación de este documento puede ir actualizando y matizando las líneas de acción que serán recogidas anualmente en el Plan Anual de Comunicación.