

## 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 las personas 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>- Problemas en comunicación interna: desinformación, rumores, comunicación informal en pasillos, desinterés...</li> <li>- Escasa participación de públicos internos como familias y socios/as colaboradores.</li> <li>- Uso generalizado del Whats App como canal de comunicación, siendo un canal informal e inseguro.</li> <li>- Entidad departamentalizada.</li> <li>- Menor presencia en medios de comunicación, tras la pandemia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejora de la comunicación interna gracias a la implantación de nuevas herramientas como el TokApp y el Resiplus.</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>- Tendencia a la digitalización total, lo que agrava la brecha digital de muchas personas con discapacidad intelectual.</li> <li>- Situación social adversa (crisis económica, 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>- 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			
						2023	2022	2021	2020
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 y cuantías del ejercicio anterior y, en la segunda, los Planes de Acción y los presupuestos del año siguiente.	Nº de socios/as que asisten a la Asambleas	Junio	24	36	27	23
					Diciembre	23	29	23	28
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		206	198	-	-
WhatsApp/ TokApp	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.	Nº de <b>INFORMACIONES</b> Enviados a familias y profesionales. En junio, el envío de los informes se pasa a hacer a través de la aplicación TokApp		32	23	49	87
24 im - Messenger	Profesionales	Puntual	Deficiencias en el canal. Poco efectivo, ya que depende de un terminal. En 2023 además hay un fallo de espacio en disco duro y, a partir de julio, no se guardan los mensajes recibidos.	<b>Mensajes enviados por Comunicación con información general</b>		37	43	29	25

E-mail	Junta Rectora Familias (Asproher) Profesionales (Técnicos) Medios de Comunicación Entidades del sector y colaboradoras	Puntual	La actividad del Asproher ya es casi nula. Solamente se envía información puntual del grupo de heman@s de Plena Inclusión.	<b>Nº de e-mails enviados al grupo de hermanos Asproher</b>	5	8	14	20
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>	18	33	44	66
				<b>Nº de visitas a la página web</b>	3.469 <small>(Hasta octubre, luego deja de contabilizarse)</small>	31.858	57.460	68.240
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 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.	<b>Nº de boletines publicados</b>	2	3	-	-
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	112	-	-

			Tras el cambio de la profesional que lo inició deja de publicarse. El último ejemplar se publica en Mayo 23					
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.					
Folletos 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)		Nº de publicaciones en Facebook	2023	2022	2021	2020
					115	115	125	195
				Nº de "me gusta"/seguidores en la fan page de Facebook	7.656	7.356	6.700	-
				Nº de seguidores de Twitter	3.526	3.524	3.470	-
				Nº de seguidores de Instagram	2.905	2.510	2.200	-
				Nº de seguidores/me gusta de Tik Tok	637/4854	373/3.937	-	-
Nº de visionados del Canal de Youtube	20.045	35.041	47.480	62.838				

Notas de prensa	Medios de Comunicación	Puntual		Nº de notas de prensa enviadas	6	15	8	8
				Nº de impactos en los medios de comunicación	62	84	72	-

### 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. Personas con DI         | 9. Entidades (colaboradoras, financiadoras, fundaciones, entidades privadas, etc...) |
| 4. Profesionales           | 10. Medios de Comunicación   |
| 5. Voluntariado            | 11. Sociedad en general  |
| 6. Socios/as 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	
		2025	2024
1. Difundir las actividades de Aspronaga. Dar visibilidad a las personas con discapacidad intelectual.	Nº de impactos en medios de comunicación al año > 75	Semestral	Semestral

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	
		2025	2024
2. Aumentar la base social de socios/as de número y colaboradores.	% incremento de socios/as al año $\geq$ 5%		

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
2.1 Presentar la entidad y la posibilidad de hacerse socios/as en el momento del ingreso en un centro/servicio	Iniciado	Puntual	Anual
2.2 Elaboración de material explicativo con las ventajas de ser socio/a de Aspronaga	Realizado	Puntual	Anual
2.3 Realizar campañas para la captación de socios/as	Iniciado	Puntual	Anual

OBEJTIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADO	
		2025	2024
3. Ofrecer una imagen corporativa comprensible, inclusiva, actual e innovadora.	% de aumento de las visitas a la página web de Aspronaga $\geq$ 5 %		

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
3.1 Renovar el diseño y contenido de la página web de Aspronaga	Iniciado	Junio 2024	Anual
3.2 Renovar el diseño y contenido de la página web del CEEPR Ntra. Sra. de Lourdes	Iniciado	Septiembre 2024	Anual

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	Continuo	Semestral

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADO	
		2025	2024
4. Incrementar el conocimiento y la participación conjunta de los centros y servicios de Aspronaga. Dar voz a las PCDI.	Nº de eventos organizados al año en común por todos los centros y servicios de Aspronaga $\geq 3$		

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
4.1 Cambiar la visión de la gestión y la comunicación interna de los centros/servicios a las personas	En proceso	Continuo	Anual
4.1.1 Implantar un programa de gestión de datos común y compartido.	En proceso	Enero-junio 2024	Semestral
4.1.2 Promover equipos de comunicación con representación de todos los centros/servicios	Iniciado	Continuo	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	Cuatrimetral	Anual

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	RESULTADOS			
		2025		2024	
5. Optimizar los canales de comunicación interna	% de familiares y profesionales que reciben información por el TokApp >= 40%	1º semestre		1º semestre	
		2º semestre		2º semestre	

ACCIONES	SITUACIÓN	CALENDARIO PREVISTO	EVALUACIÓN/SEGUIMIENTO
5.1 Aumentar el uso aplicación TokApp para la comunicación corporativa con familias y profesionales.	En proceso	Anual	Semestral
5.2 Fomentar la comunicación de profesionales a través de la mensajería y comunicados de las plataformas de gestión.	Iniciado	Iniciado	Anual
5.3 Reducción de las comunicaciones a familias en papel.	Iniciado	Iniciado	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/comunicacionaspronag>

### 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>