Plena inclusión Castilla y León

PLENA INCLUSIÓN CASTILLA Y LEÓN

# Plan de comunicación

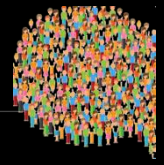
Desde cada rincón hacemos el Plan Estratégico



**Difundir**

**Activar**

**Reforzar**



# La comunicación como motor del Plan Estratégico

El reto no es solo dar a conocer un documento, sino que todas las personas que formamos Plena inclusión Castilla y León lo comprendamos, lo hagamos nuestro y seamos capaces de explicar, con una voz compartida, quiénes somos y qué queremos conseguir.

D

## Difundir

el Plan Estratégico para que todas las personas comprendan el rumbo, las prioridades y los retos de la organización.

A

## Activar

la participación y el compromiso de quienes formamos Plena inclusión Castilla y León para generar acciones, decisiones y experiencias que transformen la vida de las personas.

R

## Reforzar

el relato y la reputación de Plena inclusión Castilla y León se acorde a las líneas estratégicas marcadas.

### DAR. Es la suma de estas siglas pero también es una de las claves de la comunicación

Comunicar también es dar a conocer, dar herramientas, dar voz, dar confianza y dar protagonismo a las personas. Estas siglas recogen los tres grandes compromisos de este plan dirigido a consolidar las líneas estratégicas.

Plena inclusión Castilla y León

# Estrategia comunicativa

El plan de trabajo se centra en dos lineas básicas para que la comunicación fluya: la repetición del mensaje con un buen cronograma continuista donde es muy importante el lanzamiento pero hay que mantener la atención en los meses y años sucesivos y….




Plena inclusión Castilla y León

Y, en segundo lugar, una batería de acciones que nos permita llegar a todos nuestros grupos de interés con un doble objetivo, que conozcan el plan y, más importante aún, que se hagan portavoces del plan también.

- ☐ Presentación escalada del plan (Asamblea, equipo, redes de trabajo)
- ☐ Kit de comunicación: power, folletos, recursos gráficos, plantillas
- ☐ Vídeo de lanzamiento y banco de imágenes
- ☐ Sección Plan Estratégico en la web
- ☐ Campaña “El arte desde cada rincón”
- ☐ Campaña “Cada persona cuenta”
- ☐ Artículos en La Mirada
- ☐ Espacios de coordinación del plan (2 al año)
- ☐ Acciones con medios de comunicación
- ☐ Desarrollo del Plan en redes sociales
- ☐ Informes de seguimiento semestral
- ☐ Evaluación anual del Plan de Comunicación

*El plan se mide por el número de acciones y, sobretodo, por las personas que se sienten parte de ellas*

Plena inclusión Castilla y León

# Acciones de comunicación por grupo de interés

## Entidades

- Talleres y jornadas de presentación dentro de su calendario
- Referencias y citas en proyectos y memoria
- Campaña “Arte y estrategia” y campaña “Cada personas cuenta”
- Difusión de materiales

## Personas y familias

- Testimonios de personas protagonistas
- Participación activa en las campañas

## Profesionales

- Referencias y citas en proyectos y memoria
- Uso y diffusion de materiales
- Talleres y jornadas de presentación
- Reuniones de coordinación
- Difusión de casos de éxito

## Administraciones

- Artículos y encuentros informativos
- Campañas de ”Arte y estrategia” y “Cada persona cuenta”

## Plena inclusión España

- Artículos en la revista y vídeos
- Campañas de ”Arte y estrategia” y “Cada persona cuenta”

## Aliados y colaboradores

- Campaña en redes sociales
- Aportaciones en jornadas o talleres

## Sociedad

- Notas y acciones con medios
- Artículos de opinión
- Campaña en redes sociales

Plena inclusión Castilla y León

# 1 Cada persona cuenta

Acción de comunicación

Una campaña en redes sociales para compartir las pequeñas y grandes acciones que ya estamos hacienda en todas entidades para avanzar hacia el futuro que queremos.

## PASO A PASO DE CADA CAMPAÑA

### 1 Elegir una línea del plan

Sostenibilidad, ética, comunicación, transformación, personas  e innovación. La que mejor represente vuestra acción.

### 2 Encontrar una historia

Algo concreto y real. Un proyecto, una nueva forma de trabajar, una decisión o un compromiso de una entidad que se enmarque en alguna línea.

### 3 Ponerle cara

Una persona con discapacidad, una familia, un profesional, voluntariado un directive… que cuente, ¿qué hace y qué quiere conseguir?

### 4 Compartir en las redes de tu entidad #DesdeCadaRincón

Una foto con una frase o un vídeo que cuente en primera persona la contribución que se hace al futuro de la organización. Compártelo en redes o envíalo a comunicacion@plenainclusioncyl.org

Cada persona cuenta | Cada entidad cuenta | Cada rincón cuenta

# 1 Continuación… Cada persona cuenta

Acción de comunicación

## IDEA DE GUIÓN

"Somos (nombre de la entidad)
Contribuimos a (una de las 6 líneas estratégicas)
Estamos haciendo (acción concreta)
Porque queremos conseguir (resultado que queremos lograr)

**Cada persona cuenta.**
**Desde todos los rincones**
**construimos la inclusión.**




Cada persona cuenta

Cada entidad cuenta

Cada rincón cuenta

# 2 El arte de construir el futuro

Acción de arte participativo

| 39 | 6 | 1 | 1 |
|---|---|---|---|
| Entidades federadas | Líneas estratégicas | Cubo por entidad federada | Exposición colectiva |

## EL RETO

Crear **una obra de arte** que exprese que supone para cada entidad el plan estratégico actual. El reto anima a conocer e interpretar las seis líneas estratégicas de forma creativa y artística.

Después de esta acción artística tendremos decenas de obras de arte creadas desde todas las visiones y todos los territorios.




Plena inclusión Castilla y León

# 2 El arte de construir el futuro

Acción de arte participativo

## EL EQUIPO DE LA FEDERACIÓN

### 1 Lanzamiento del Plan estratégico

Se entregará el kit de lanzamiento del plan estratégico y se explicará que este plan es de todos y cómo puede contribuir a su cumplimiento.

La implicación del equipo también es una acción estratégica de comunicación interna. Convertir a cada profesional en embajador o embajadora de una entidad permite que el Plan Estratégico sea un proyecto vivido y compartido por el equipo.

Este acompañamiento del plan desde diferentes áreas acera más el plan y acompañar un proceso creativo y ver cómo cada entidad interpreta el Plan desde su realidad ayudará a generar orgullo de pertenencia, reforzar la identidad colectiva y hacer visible que cada profesional tiene un papel en la construcción del futuro de Plena inclusión Castilla y León.

### 2 Materiales del Plan estratégico

- Folleto en papel del Plan estratégico, “Desde cada rincón”
- Power point explicativo del Plan estratégico
- Apartado de la web “Desde cada rincón”
- Videos
- Instrucciones de participación en el concurso “Arte de construir el futuro”
- Cubo de trabajo del Plan estratégico

**Cada persona cuenta** | **Cada entidad cuenta** | **Cada rincón cuenta**

# Indicadores del plan de comunicación

Organizados según los tres compromisos DAR: difundir, activar y reforzar.

## D Difundir

- Nº de entidades que reciben y se unen a alguna de las dos campañas
- Nº Visitas a la sección “Plan Estratégico” en la web
- Nº Artículos publicados en La Mirada y redes
- Nº de publicaciones en redes sociales
- Impacto en redes sociales
- Nº de jornadas/reuniones informativos

## A Activar

- Nº de entidades participantes en acción de arte “Desde todos los rincones” (obras / 40)
- Nº de historias compartidas en “Cada persona cuenta”
- Nº de personas protagonistas distintas movilizadas
- Nº de testimonios recogidos (foto, vídeo, texto)

## R Reforzar

- Menciones en medios de comunicación
- Menciones en memorias o descripción de proyectos
- Crecimiento e interacción en redes sociales
- Valoración cualitativa del proceso (encuesta red comunicación)
- Casos de éxito documentados y difundidos
- Sentimiento de pertenencia percibido

**Seguimiento: informe semestral de progreso y evaluación anual, con cierre y balance de impacto en 2029.**