

## 1. ANÁLISIS

La entidad cuenta con una sede social equipada con varios despachos, equipos informáticos, conexión a internet, fotocopidora, fax, teléfono e impresora.

No hay un equipo de comunicación. Una persona contratada a tiempo parcial ha realizado el plan de comunicación que ejecutará la coordinadora de la entidad con apoyo puntual de otras personas ligadas al equipo de gestión. Estas personas son remuneradas, aunque se podría contar con algún voluntario en este ámbito.

Las personas vinculadas al desarrollo de este plan de comunicación, en principio, solo tienen nociones del tema. Haría falta formación y apoyo específico en el uso de nuevas tecnologías y redes sociales.

Este plan de comunicación abarcará la actividad completa de la entidad que se sostiene sobre las áreas de sensibilización, formación, atención directa –acompañamiento y servicios residenciales-, coordinación y trabajo en red, investigación y planificación y gestión. A esta actividad se unen proyectos puntuales que año a año se desarrollan y se impulsan gracias a la colaboración económica de entidades públicas y privadas y que tienen su propio plan de difusión, aunque deben incardinarse en este documento.

Hasta ahora se han hecho folletos –muy antiguos-, se ha puesto en marcha una nueva página web, aunque todavía no se “ha explotado” como vehículo de comunicación y se ha mandado alguna nota a determinados medios especializados. También se han puesto anuncios en medios especializados, pero la mayor visibilidad se ha obtenido con la participación de la entidad en proyectos, cursos, publicaciones, investigaciones y actividades.

Hasta el momento funciona la relación con medios especializados, con plataformas y otros medios cercanos que pueden difundir la información entre personas vinculadas al Tercer Sector. Lo que no funciona es la falta de

planteamiento de un plan de comunicación y puede que el seguimiento continuado. Tampoco se utilizan nuevas tecnologías, ni nuevas vías de comunicación, ni existe una cultura de “imagen corporativa” y de difusión de las actividades en la entidad.

## **2. OBJETIVOS**

- **Que un 10% de los zaragozanos, es decir 50.000 personas, conozcan la entidad.** Hasta el momento estimamos que lo hacen unas 10.000 personas (residentes y sus familiares, trabajadores y sus familiares, personas acompañadas y sus familiares, voluntarios y sus familiares, miembros de otras ONG y personas relacionadas con el sector social y personal de las administraciones y de otras entidades)
- **Que la sociedad aragonesa se conciencie sobre las necesidades de las personas mayores frágiles y/o dependientes.**
- **Aumentar el número de voluntarios en 10 personas al año.**
- **Mantener una colaboración estable con instituciones públicas y privadas para la ejecución de proyectos de interés general.**

### 3. PÚBLICO

- Voluntarios y voluntarias que colaboran con nosotros: en la actualidad hay 139 voluntarios con una media de edad de en torno a los 50 años. Un alto porcentaje son personas mayores y están poco familiarizados con las nuevas tecnologías. Muchos son participativos y se involucran en otras actividades de la entidad.
- Trabajadores de la entidad: hay 34 personas trabajando: Tres están en oficinas y por lo tanto, muy informadas de lo que se realiza, pero el resto están en las residencias, son personal de asistencia, y están alejados de otras actividades. Son personal de media y baja cualificación.
- Beneficiarios: son personas mayores residentes y personas atendidas en domicilios. A éstos los acompañan una media de cuatro familiares que participan o no en las actividades de la entidad, y con los cuales se podrían establecer vínculos de comunicación permanente.
- Instituciones públicas y entidades privadas susceptibles de colaborar en actividades puntuales o proyectos estables: hay instituciones con las que se desarrollan proyectos y que comparten planes de difusión con la entidad. Se convierten también en público de nuestros mensajes. En este apartado contamos con las tres instituciones de referencia aragonesas (Gobierno de Aragón, Ayuntamientos –principalmente el de Zaragoza- y comarcas) y con entidades privadas (CAI, Ibercaja, La Caixa, Caja Madrid, Caja Navarra, Bancaja, etc.). También se incluyen otras como la Universidad de Zaragoza, la Coordinadora Aragonesa de Voluntariado, el COAPEMA y otras entidades sociales.
- Sociedad aragonesa: en Aragón viven actualmente más de un millón de personas. Hay un alto porcentaje de personas mayores de 65 años y de dependientes. Es por lo tanto una sociedad que debe sensibilizarse con los problemas que conlleva la vejez y solidarizarse con aquellas

personas que sufren los efectos de enfermedades vinculadas con la edad para lograr una mayor calidad de vida.

#### 4. MENSAJE

Para lanzar los mensajes que queremos transmitir con el fin de lograr los objetivos vamos a adoptar una estrategia **horizontal** (se implica a muchas personas, tanto personal voluntario, como remunerado, en el uso de herramientas comunicativas) y aunque intentaremos que sea **organizada** (siguiendo el plan de comunicación, herramientas, uso cuidado de la imagen corporativa, etc.) puede que el volumen diario de trabajo termine imponiendo un modelo **improvisado**.

Será una comunicación **formal**, teniendo en cuenta los perfiles de los colectivos a los que van dirigidos los mensajes, **diversa**, ya que los mensajes reflejan el trabajo con diferentes colectivos (voluntarios, mayores, familiares, etc.) y **competitiva** (no se mencionará a otras entidades que trabajan en este campo)

En cuanto al tono de los mensajes intentaremos que sea **proactivo** (aportaremos en cada mensaje propuestas para mejorar la situación contra la que luchamos) y **contextual** (explicaremos detalladamente las causas de situaciones de pobreza, exclusión o explotación), huyendo de mensajes catastrofistas y negativos sobre este colectivo.

- Es necesario apoyar a las personas mayores frágiles y/o dependientes para garantizar la calidad de vida de estas personas.
- La Asociación Voluntariado en Geriatría realiza una gran labor gestionando voluntariado para apoyar a las personas mayores
- Es necesario el voluntariado para cambiar al mundo.
- El apoyo familiar y social es esencial para mantener la calidad de vida de las personas mayores y ralentizar los efectos que conllevan las situaciones de dependencia.
- Voluntariado en Geriatría es una asociación puntera que investiga, proyecta y trabaja en red con otras entidades para sensibilizar a la población y ayudar a las personas mayores frágiles y/o dependientes.

## **5. PRESUPUESTO**

La financiación será mínima y se tratará de optimizar recursos intentando llevar a cabo el plan sin apoyos externos. Los recursos humanos que se dedicarán a este plan serán una persona remunerada y varias voluntarias.

Esperamos que el plan de comunicación, una vez diseñado, no ascienda a más de 200 euros.

## 6. PLAN DE MEDIOS

- **Agenda Informativa:** establecimiento de una agenda mensual de actividades para que las puedan conocer los voluntarios, los familiares y las personas relacionadas con el sector. Puede promocionarse en boletines, estar en la web y mandarse a medios generales el día 30 del mes anterior por email.
  
- **Medios impresos:**
  - **Notas de prensa:** envío al comienzo y al final de cada proyecto y cuando haya actos importantes.
  - **Ruedas de prensa:** no se consideran necesarias si no es para abordar un tema importante que suceda puntualmente.
  
- **Medios audiovisuales:** en una primera fase no se trabajarán. Se deja para incorporar en un futuro, cuando estén asentados los demás medios.
  
- **Medios digitales:**
  - **Blog/ noticias web:** se instaurará un servicio de blog y noticias que será actualizado por un voluntario semanalmente.
  - **Redes Sociales: Facebook/Twitter/LinkedIn/Flickr:** de momento no se trabajará hasta que no se encuentre a una persona sensibilizada con el tema capaz de dinamizarlo.
  - **Boletines:** se enviará un boletín mensual con las novedades de la entidad a socios, instituciones y usuarios, así como a familiares.
  - **Correo electrónico**
  -
  
- **Otros canales:** boletines, tabloneros de anuncios, panfletos/ folletos, carteles, reuniones/ encuentros, etc.



- **Publicidad:** se diseñará un anuncio “tipo” que se distribuirá entre los medios locales para que consideren su publicación “gratuita”.

## EVALUACIÓN

La evaluación se llevará a cabo a final de año que viene en función de los siguientes criterios según los medio:

### 1. Agenda

- a. ¿Cuántas agendas enviadas?
- b. ¿A cuántos medios?
- c. ¿Qué respuesta han tenido?

### 2. Boletines

- a. ¿Cuántos boletines se han mandado?
- b. ¿A cuántas personas?- Desglose por públicos (voluntarios, familiares, etc.
- c. ¿Cuántas noticias incluyen?

### 3. Notas de prensa

- a. ¿Cuántas notas de prensa se han enviado?
- b. ¿A cuántos medios?
- c. ¿Cuántas han sido publicadas? ¿En qué medios?

### 4. Folletos

- a. ¿Cuántos se han distribuido?
- b. ¿En qué lugares?

### 5. Anuncios

- a. ¿Cuántos se han hecho? ¿Cuántos se han mandado?
- b. ¿A qué medios?
- c. ¿Cuántos se han publicado?

### 6. Otros

- a. ¿Cuántas apariciones en prensa ha habido?
- b. ¿Ha aumentado el número de voluntarios? ¿Y su satisfacción por la comunicación recibida?
- c. ¿Y las familias? ¿Cuál es su percepción de la comunicación con la entidad?
- d. Usuarios. ¿Ha mejorado algo la comunicación con ellos? ¿Se puede hacer algo más? ¿Hay más solicitudes de servicios?

## ANEXOS

Listado emails para agenda y notas de prensa

### AGENCIAS

redaccion@aragonpress.com, zaragoza@efe.es,  
aragon@europapress.es, redaccion@maaszoom.com

### RADIOS

### PERIÓDICOS

### MEDIOS ESPECIALIZADOS

### TELEVISIÓN