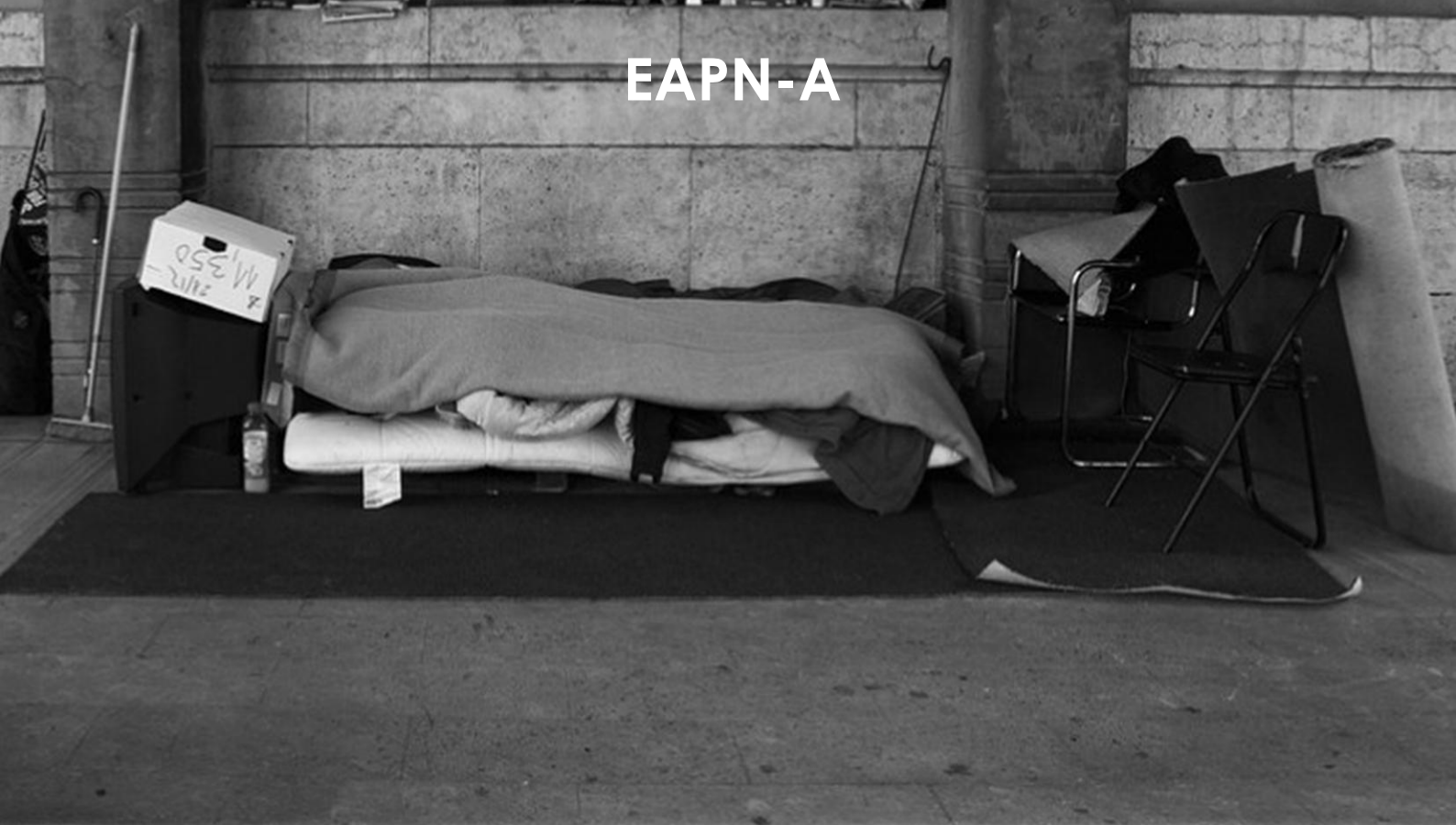


# PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA RED ANDALUZA DE LUCHA CONTRA LA POBREZA Y LA EXCLUSIÓN SOCIAL

EAPN-A



Alumno: Ignacio Real Zahino 28848682-N

Tutor: Juan Rey Fuentes

Grado: Publicidad y Relaciones Públicas

2016 - 2017



## Introducción

El presente plan de comunicación interna tiene como finalidad establecer por primera vez una estrategia corporativa para mejorar la situación individual y colectiva de los públicos internos de la Red Andaluza de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social y las relaciones existentes entre los públicos internos de la entidad. Debemos de entender este plan como un apoyo a la consecución de los objetivos corporativos, organizacionales. Nunca debe suponer una carga extra para los públicos internos. Deben de ver este plan como una herramienta que les ayudará a alcanzar más eficientemente los objetivos corporativos.

Así mismo, destacar que el plan está sustentado en una investigación previa que tenía como objetivo detectar las carencias comunicativas a nivel interno de la entidad. En el presente documento sólo encontraremos un breve resumen de la investigación y de las conclusiones finales de ésta.

El plan de comunicación debe de ser accesible y comprensible por toda la comunidad corporativa, es decir, por todos los implicados, el público interno. Esto significa que tendrá un lenguaje claro y sencillo que no restará calidad a niveles conceptuales y comunicativos.



## EAPN-A. Red Andaluza de lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social

La Red Andaluza de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social (EAPN-A) es la organización de referencia en Andalucía en el ámbito de la pobreza y la exclusión social, con capacidad de incidencia en las políticas públicas e interlocutor reconocido y directo en el diálogo social y civil.

EAPN-A lucha por la erradicación de la pobreza y la exclusión social, así como por la participación de las personas en el ejercicio de sus derechos y deberes.

Líneas de Trabajo	Acciones que desarrollamos
Incidencia Política	Interlocución política y social
Diálogo Civil	Posicionamientos y aportaciones legislativas
Fortalecimiento del Tercer Sector	Colaboración con agentes y actores sociales
	Campañas de capacitación y sensibilización social
	Promoción de la participación de personas en situación de pobreza y exclusión social
	Investigación, reflexión y análisis de las causas y problemática de la pobreza y la exclusión social en Andalucía.
	Realización de informes y estudios

## Corporate de EAPN-A

### Misión

La misión de EAPN-A es luchar por la erradicación de la pobreza y la exclusión social y la promoción de las personas en la lucha del ejercicio de sus derechos y deberes.. Para ello sitúa tanto la pobreza como la exclusión social en el centro de la agenda política, sensibiliza, informa, moviliza a la sociedad y capacita a las redes y entidades sociales para poder llevar a cabo un trabajo más efectivo que contribuya de la mejor manera a su misión.

### Visión

La visión de esta entidad es ser la entidad de referencia en Andalucía en el ámbito de la pobreza y la exclusión social con gran capacidad de incidencia en las políticas e interlocutor reconocido y directo en el diálogo social y civil.

Principios
Equidad
Solidaridad
Justicia Social
Independencia
Pluralidad

Valores
Participación
Integralidad
Transparencia
Apertura y Colaboración
Innovación
Eficiencia
Profesionalidad
Sostenibilidad social, económica y medioambiental

## El plan de comunicación interna

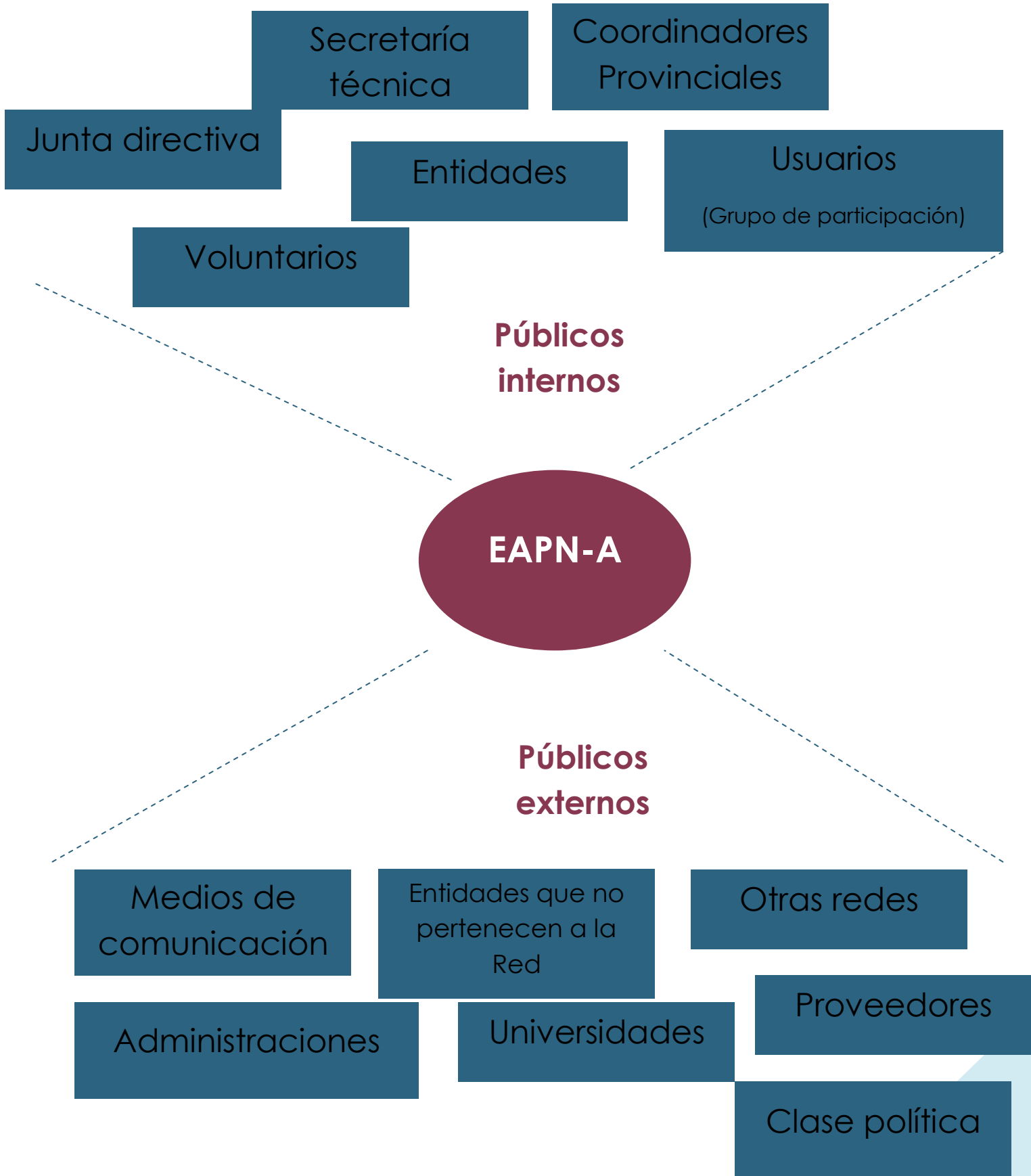
El plan de comunicación interna es un documento práctico que refleja la planificación anual de la comunicación interna de la entidad EAPN-A. Esta planificación no sale de la nada, sino que tiene una base teórica y un análisis de la realidad que lo sustenta y que está recogido en las memorias que acompañan al Plan.

A pesar de que se haga comunicación interna en la entidad, la presente planificación lo que pretende es ofrecer un planteamiento estratégico de las comunicaciones de EAPN-A a sus públicos internos. Con ello, solucionaremos algunas carencias internas y además servirá de ayuda para una más eficiente consecución de los objetivos corporativos.

Lo primero que encontraremos es la identificación de los públicos internos, para ello haremos un mapa de públicos internos y externos, elemento que hasta ahora no existía en la entidad. Posteriormente, plantearemos las carencias detectadas en la fase de investigación que recoge las memorias y por último encontraremos el propio plan de comunicación.

Este plan tiene una duración de un año desde el momento de su aprobación en la Junta Directiva de la entidad y tiene un carácter dinámico e inclusivo. No pretende ser una carga de trabajo para los públicos internos sino un elemento más de ayuda para el beneficio de la entidad.

## Mapa de públicos



## Carencias detectadas en la fase de investigación

Tras un proceso de análisis e investigación a la realidad comunicativa de la Red obtuvimos las siguientes conclusiones de las que sacamos las carencias que van a suponer el punto de partida del plan de comunicación. En la memoria práctica se recogen más carencias, sin embargo, estas son las que vamos a seleccionar. Considerando que los trabajadores de la Red y las entidades miembro son los pilares más importante de ésta, las carencias seleccionadas están ligadas directamente a ellos.

- El equipo de trabajadores es cambiante debido a la realidad económica. Las personas que entran nuevas a trabajar tardan meses en enterarse de la globalidad de EAPN-A. Todos los trabajadores son conscientes de la importancia de una buen clima laboral.
- Los trabajadores ven a la Junta como un órgano lejano. No sienten que puedan participar de las decisiones que les atañen y no se ven representados en ella.
- Las funciones de cada puesto de trabajo son únicas y diferentes a las demás. No hay una sinergia laboral.
- Las entidades no tienen sentimiento de pertenencia a EAPN-A. Muchos de los técnicos desconocen la existencia de la Red. Las entidades ven a la Red como una carga de trabajo más y no entienden el trabajo sinérgico que supone la labor de EAPN-A. Esto provoca malestar por las dos partes: entidades y Secretaría Técnica. Las entidades son el público más importante de la Red, el *sine quo non* de su existencia.
- Existe un problema con los canales de comunicación interna. Se desconocen muchos de ellos y de los que se conocen se duda de su uso. Sería importante definir un nuevo sistema de canales que clarificando su utilidad y buscando la operatividad de todos ellos. Se debe abogar por la sistematización de todos ellos.

2017-2018 Planificación Comunicación Interna									
Carencia o puntos a mejorar	Objetivo General	Objetivo Específico	Actividad o herramienta	Realizador	Beneficiarios	Material	Presupuesto	Fecha de realización	Criterios de Evaluación
<b>Los trabajadores nuevos tardan meses en entender la entidad</b>	Crear un sistema de adaptación para todo trabajador nuevo	Comprender el Corporate de la Entidad	* Creación de un manual de Bienvenida * Seminario teórico práctico.	Técnico Comunicación	Novatos	- Estatutos - Plan estratégico - Ordenador - Pantalla - Cañón		29 de Septiembre(manual)  Cada vez que entre algún nuevo trabajador	*Manual hecho sí o No *El nuevo trabajador realiza una encuesta al finalizar el seminario
		Tener la persona indicada de referencia	* Tutor	Tutor específico	Novatos	-		Cada vez que entre algún nuevo trabajador	Al 100% de los nuevos trabajadores se le asigna un tutor
		Entender los canales de comunicación	* Seminario teórico práctico.	Técnico Comunicación	Novatos	- Estatutos - Plan estratégico - Ordenador - Pantalla - Cañón		Cada vez que entre algún nuevo trabajador	*El nuevo trabajador realiza una encuesta al finalizar el seminario
<b>Es muy importante un buen clima laboral para los trabajadores</b>	Tener un clima laboral respetuoso, cohesionado y profesional	Reforzar las relaciones	* Salida cultural: subida tejados de la Catedral * Salida ocio: Scape room	Técnico Comunicación	Secretaría Técnica	x		* 20 de Noviembre * 13 de Abril	Realizado Sí o No
		Entender el equipo como un grupo de personas en continua formación	*Expertos en la oficina *Asistir a Jornadas Externas	Expertos Otras entidades	Secretaría Técnica	Pizarra, ordenadores, cañón, pantalla		* 1 vez al Trimestre * Durante todo el curso	* Realizado las tres reuniones con expertos. *Cada trabajador asiste a más de 5 jornadas al año
		Establecer una escala de valores dentro del equipo	*Creación de un manual de conducta	Técnico Comunicación y Junta Directiva	Secretaría Técnica	Bibliografía referencial de buenas prácticas		* Febrero	*Manual creado Si o No
<b>No hay sinergia laboral</b>	Hacer de la Secretaría Técnica un equipo sinérgico	Reforzar el Corporate en la Secretaría Técnica	*Seminario Informativo - histórico *Cartelón Corporativo *Folleto Corporativo	Presidente de EAPN-A, Técnico Comunicación y Junta Directiva Antiguos presidentes	Secretaría Técnica	Imprenta, Ordenadores pantalla y cañón		* 13 de Enero * 23 de Noviembre * 24 de Noviembre	* Los trabajadores valoran positivamente el seminario * Realizado sí o no *Realizado Sí o no



		Tener una visión del trabajo de todo el equipo	*Reuniones semanales *App Asana *Calendario	Secretaría Técnica	Secretaría Técnica	* Papel y boli *APP y ordenador		*Semanalmente *Permanente	* 100% de las semanas con reunión * La APP es implantada y es aceptada por el equipo de trabajo.
		Entender EAPN-A como un trabajo colectivo	*Juego de Rol. Simulaciones	Técnico de Comunicación.	Secretaría Técnica	*Ordenador, papel y boli		* 21 de Diciembre	* Los trabajadores se unen de manera voluntaria para sacar un proyecto anual adelante.
<b>Las entidades no se sienten parte de la Red</b>	Lograr que las entidades sean más participes en la Red	Enseñar los aspectos positivos de pertenecer a una Red	Boletín informativo de la labor que hace EAPN-A. Mensual	Técnico de comunicación	Entidades y Secretaría Técnica	Informes semanales de la Secretaría Técnica		* Mensualmente	*Se envía mensualmente el boletín
		Crear una red retro - alimentario	Periódico participativo de noticias de las entidades	Técnico de comunicación	Entidades	Noticias entidades		* Semanalmente	* Las entidades valoran positivamente esta herramienta
		Reforzar el protagonismo de las entidades en el trabajo de la Red	*Correo electrónico *Asamblea General. *Reunión semestral	Secretaría Técnica y Junta Directiva	EAPN-A	-		* Diariamente *Una vez al año *1 de Junio	Las entidades valoran en la Asamblea General que se sienten más informadas.
		Establecer un contacto eficiente con las entidades	Llamada a los presidentes.	Junta Directiva	EAPN-A	-		* Mes de Diciembre	Se elabora un nuevo censo de contactos
<b>Los canales no están bien definidos, hay muchos y poco sistematizados</b>	Establecer un sistema de canales internos sistematizado y operativo	Explicar a todos los públicos internos la nueva realidad comunicativa	* Reuniones explicativas por públicos	Técnico de Comunicación	EAPN-A	Ordenadores, pantalla y cañón		* Marzo	Realizado Sí o no
		Informarse de las últimas novedades en comunicación interna y APPS de gestión de equipos.	*Asistir a seminario, charla o workshop de comunicación interna.	Exterior	Técnico de comunicación	Ordenador		* Cuando se oferte, antes de Navidades	Asistido Sí o no
		Analizar la operatividad de los canales.	*Informe comunicativo	Técnico de comunicación	EAPN-A	Ordenador		*Urgente	Se elabora un manual de comunicación interna.

Figura 1. Tabla de planificación anual de la comunicación interna de EAPN-A

\* La columna de presupuesto no se rellena porque depende de la administración directamente.

## Actividades y herramientas a aplicar

Este modelo implica que no podemos plantear simplemente la planificación, sino, además, tengamos la obligación de desarrollar todas aquellas actividades que sean un poco más complejas de lo normal. Esto es debido a que la planificación tiene una duración de un año y puede que dentro de ocho meses no nos acordemos de alguna de las actividades. Además nadie asegura que el técnico que elabora el plan vaya a continuar durante todo el año. Esto implica que la planificación debe ser entendida por todos. Las actividades serán explicadas en el mismo orden que aparecen en la tabla que las recoge (Figura 1).

- Manual de bienvenida: documento elaborado por el técnico de comunicación. Debe de contener toda la información relevante acerca de la entidad, el organigrama de la entidad, las funciones de su trabajo, la de los compañeros, las estructuras de trabajo, información sobre la estrategia de la entidad y el corporate.
- Seminario teórico práctico: ponencia oral que se le da al nuevo trabajador cuando empieza a trabajar. Se debe de realizar el primer día de trabajo. Sirve de explicación de todo el contenido que recoge el manual de bienvenida. Además se le explicarán las herramientas que utilizamos y los canales de comunicación. Se le hará una práctica para que comprenda mejor el uso de los canales y las herramientas.
- Tutor: cuando entra un nuevo trabajador en la entidad la coordinación le asigna un tutor. El tutor no es más que el acompañante del nuevo trabajador en el primer mes de trabajo. Él será su referencia y su punto de apoyo.
- Salida cultural: subida a los tejados de la Catedral. Apostamos por la aparente desconexión. Sacamos a la Secretaría Técnica de la oficina para que visiten los tejados de la Catedral. Servirá para encontrar otros temas de conversación y para que entiendan que no todo es trabajar. Además este día, finalizará en un bar de tapas cerca de Sevilla.
- Salida de ocio: volvemos a salir de la oficina para adentrarnos en una actividad cohesionadora. La Secretaría Técnica entrará a formar parte de un juego de escape. Con una experiencia así, los trabajadores disfrutarán en grande, pero además, la directiva podrá analizar los roles

comportamentales que asume cada individuo. De esta actividad se podrán sacar conclusiones y puntos a mejorar.

- Expertos en la oficina: trimestralmente, acudirá un experto a la oficina a dar una ponencia teórico práctico de algún tema que le interese a la Secretaría Técnica. No hay temas establecidos por lo que se deja a la libertad de los trabajadores. Las ponencias no serán de más de tres horas.
- Jornadas externas: en el Tercer Sector es muy común que las entidades organicen jornadas con grandes expertos y académicos sobre temas de carácter social. Son gratuitas. Asistir a ellas nos aportará formación individual pero, además, aportará a EAPN-A mayor notoriedad y visibilidad.
- Manual de conducta: este manual es un documento que recoge unas normas básicas de convivencia dentro de la oficina y cómo trabajador de la entidad. Además esclarecerá el tipo de lenguaje que debemos usar para hablar de lo social. Debe de ser interiorizado por todos los miembros de la entidad. Dejará claro cuáles son los límites de los trabajadores.
- Seminario histórico - informativo: esta ponencia corporativa lo que busca es hacer que la Secretaría Técnica arraigue más aún el Corporate. Para ello, se les explicará de nuevo el Corporate, además se les pondrá ejemplo de otras entidades y de la importancia del Corporate en estas. Por último, vendrán los históricos presidentes para explicar sus vivencias en EAPN-A, sus logros y lo que representó la Red, en su momento, para ellos.
- Cartelón Corporativo. Del tamaño A2 se realizarán dos carteles con el Corporate con un diseño atractivo. El objetivo es que se pegue cada uno en uno de los módulos para que esté presente y a la vista de todos siempre.
- Folleto Corporativo: a modo de tríptico se hará un folleto que reúna el Corporate de la entidad. Todos los trabajadores deberán tenerlo a mano en sus puestos de trabajo. Además, servirá para repartir en las entidades miembro y a la prensa.
- Reuniones Semanales: La Secretaría Técnica se reunirá a principio o final de semana (como estimen los trabajadores) para hacer una puesta en común de las labores que está desempeñando cada uno. Se elaborará un informe y se enviará a Junta Directiva y a Secretaría Técnica.
- APP Asana: es una interfaz que permite a los equipos de trabajo compartir mesas de trabajo. Es decir, solo con un simple vistazo, todos los trabajadores podremos saber en qué estado se encuentran los proyectos de

los compañeros. Además, dispone de un chat interno y permite que se gestionen proyectos colaborativos.

- **Calendario:** se colgará en la entrada de la oficina un calendario organizativo que recoja las fechas importantes de la entidad y de los proyectos llevados a cabos. Puede estar apoyado por un calendario colaborativo online.
- **Juego de rol. Simulaciones:** el día previsto, los trabajadores dejarán sus puestos de trabajo durante unas horas. La actividad se realizará en una sala vacía con una pizarra, rotuladores, un ordenador que sólo tendrá acceso a un dropbox y un teléfono móvil. La idea es simular en una mañana todo el proceso de creación y ejecución de un proyecto anual, por ejemplo, el Encuentro de Participación, o unas jornadas de dos días que financia el Ministerio de Igualdad. Tendrán que ir contrarreloj ya que lo que se hace en meses se hará de manera ficticia en horas. En el dropbox tendrán toda la información y documentación necesaria para poder ejecutar la actividad. El móvil es para contactar con las personas que necesiten contactar (administraciones, entidades, ...). Al otro lado del móvil siempre estará la misma persona que facilitará y dificultará el trabajo de los jugadores, como la vida misma.
- **Boletín informativo mensual:** documento online que se envía mensualmente a las entidades. Recoge noticias de actualidad, noticias de la Red y noticias de las entidades. Es una herramienta que ya está implantada pero que no es muy útil. Habría que darle otro enfoque y sacarle el máximo provecho.
- **Periódico contra la pobreza y la exclusión:** con la aplicación online Paper.ly, las entidades podrán subir contenido de sus noticias y de su día a día a un portal web que será visto por todas las entidades de la Red.
- **Correo electrónico para participación de entidades:** cuando la entidad se vea en la situación de tomar decisiones podría enviarse un correo a las entidades para que participen aquellas que lo deseen y se sientan representadas en el día a día de la entidad. Para que esto funcione se tiene que dar un plazo de pocos días.
- **La Asamblea General:** debe de tener un marcado carácter participativo desde el momento de su organización, abierta a escuchar ideas y a ponerlas en práctica. Dentro de la propia jornada se pueden desarrollar actividades y talleres cohesionadores.

- Reunión semestral: es una reunión informativa a mitad de año. Se hará por provincias y será el coordinador provincial la persona que coordine esta reunión. Se hará un balance de lo trabajado hasta entonces y de lo que queda por trabajar.
- Llamada a los presidentes: no es más que una simple llamada a los presidentes de las entidades para que actualicen las personas de contacto de cada entidad y solucionar así los problemas de comunicación existente. Las personas que seleccionen las entidades deben conocer muy bien a la Red y la implicación que tienen las entidades con esta. El resultado de todo este proceso telefónico debe de ser la creación de un nuevo censo de contacto.
- Reuniones explicativas por públicos: una vez definidos los nuevos canales se procederá a informar a todos los públicos internos la nueva forma de gestionar las comunicaciones. Debemos de dejar claro en esta reunión la corresponsabilidad existente entre emisor y receptor y el respeto que se debe de tener hacia el trabajo particular.
- Asistir a un seminario, charla o workshop sobre comunicación interna: la comunicación interna es un campo en constante evolución y expansión. Es por ello, que el técnico de comunicación siempre debe de estar a la orden del día de los últimos avances y por ende deberá asistir a un encuentro formativo anualmente.
- Informe comunicativo: este es un documento que deben de tener todos los miembros de la Red. Recoge cómo son los flujos de información, las personas de contacto, los canales a usar en cada momento y la responsabilidad de ejercer una buena comunicación interna. Será un documento adaptado a cada tipo de público para evitar que se de información no relevante o autorizada a quién no se deba.