



# Plan de Comunicación

## Índice

<b>Sobre Asaenes Salud Mental Sevilla</b> .....	3
<b>Justificación</b> .....	3
<b>Análisis de los recursos existentes (previo al diseño del Plan de Comunicación)</b> .....	5
1. Recursos humanos.....	5
2. Recursos materiales.....	5
3. Herramientas utilizadas.....	5
<b>Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) del Plan de Comunicación)</b> .....	9
<b>Antecedentes en materia de comunicación</b> .....	9
<b>Públicos o grupos de interés</b> .....	10
1. Definición y clasificación de los grupos de interés.....	10
2. La priorización en los grupos de interés.....	14
3. Las relaciones entre la entidad y los grupos de interés.....	14
4. El diálogo con los diferentes grupos de interés.....	15
<b>Objetivos</b> .....	16
1. Definición y clasificación de los objetivos y acciones de comunicación.....	18
<b>Instrumentos de apoyo para la aplicación del Plan de Comunicación</b> .....	27
1. Manual de Identidad Corporativa.....	27
2. Guía de lenguaje y uso de imágenes no sexistas.....	29
<b>Evaluación y seguimiento del Plan de Comunicación</b> .....	31
1. Tipos de evaluación.....	31
2. Indicadores.....	31
3. Resultados previstos .....	32



## Sobre Asaenes Salud Mental Sevilla

**Asaenes Salud Mental Sevilla** nace como consecuencia del cierre del centro psiquiátrico de Miraflores tras la aprobación de la Reforma Psiquiátrica de 1985. En esta fecha, un grupo de familiares de personas con problemas de Salud Mental se unen para buscar soluciones comunes para sus seres queridos.

**Lydia Dougoud Spoerri**, enfermera de profesión, fue la persona que abanderó la creación del movimiento asociativo en Salud Mental para Andalucía. Con este fin contactó con una asociación suiza de “allegados de enfermos esquizofrénicos” y tradujo todo el material relacionado con el asociacionismo. Con la información que esta asociación facilitó, Lydia estudió el modelo y creyó que algo similar era posible en Sevilla.

Esta convicción le llevó a fundar en el año 1987 junto a otras familias la “Asociación de Allegados de Enfermos Esquizofrénicos” (Asaenes) basada en los fundamentos de la ayuda mutua de familiares extraídos de la documentación de su homóloga suiza.

El germen asociativo estuvo formado por 40 familias y profesionales de la Salud Mental. La constitución de Asaenes, **la primera asociación andaluza y una de las primeras de España que agrupaba a familiares y personas con Problemas de Salud Mental**, se formalizó en el Colegio de Médicos de Sevilla.

Desde entonces han pasado más de 30 años en los que la asociación ha trabajado y trabaja para defender los derechos de las personas con Problemas de Salud Mental y sus familias, dando respuesta a sus necesidades y demandas. Todo ello bajo una misión consistente en mejorar la calidad de vida y la visión de conseguir una igualdad real para estos colectivos.

## Justificación

**Porque es importante convertirse en un elemento relevante de la cohesión social, pero también hay que saber transmitirlo.** Lo que una organización como Asaenes Salud Mental Sevilla dice que es, lo que quiere ser y lo que es realmente, tiene que ser una misma cosa. No es suficiente con afrontar de forma eficaz nuestras tareas, también es fundamental saber transmitirlo a los públicos a los que se dirige, para que los objetivos se cumplan. Por estas razones, la planificación de las acciones de comunicación es materia imprescindible en el seno de toda entidad.

En el caso de las organizaciones sin ánimo de lucro este objetivo es más importante si cabe. Dotarse de un **plan de comunicación** y de las herramientas necesarias para llevarlo a la práctica con éxito es fundamental para transmitir esa imagen deseada y planificada. Solo de esta forma se podrá difundir con éxito los proyectos puestos en marcha u obtener el apoyo social necesario para poder continuarlos. Gracias a la comunicación con los públicos objetivos, la entidad logra, por añadidura, una mayor participación e implicación de los socios,

estableciéndose sinergias que posibilitan la obtención de nuevos recursos económicos, la difusión de una buena imagen y, sobre todo, el desarrollo de los objetivos marcados.

Las organizaciones no lucrativas necesitan, por tanto, planificar estrategias de comunicación:

-Para motivar la **participación y la actuación**.

-Para conseguir **recursos** económicos, colaboraciones y apoyos.

-Para lograr una mayor **credibilidad**.

La imagen es un pilar fundamental sobre el que se construye la confianza. Por ello, toda entidad del Tercer Sector ha de lograr transmitir de forma eficaz y lo menos distorsionada posible, una imagen que sea fiel a sus valores: no es suficiente con que los fines sean loables y justos, ni que la labor sea la más eficiente, transparente y ética: **hay que ser capaz de transmitir todo eso a la sociedad**. Es ahí donde la Comunicación es clave.

Asaenes Salud Mental Sevilla debe, por tanto, dotarse de un Plan Estratégico de Comunicación e Imagen que sepa transmitir la importancia histórica de la entidad en el contexto de la Salud Mental andaluza, la labor diaria que desempeñamos, quiénes forman parte de su estructura, el cómo y el porqué de nuestra forma de trabajo y para quién comunicamos. De esta forma, creemos necesario el desarrollo y establecimiento de pautas en los flujos de información para que no se pierda nada de lo que hacemos y para que esta parte de nuestro trabajo sea más mecánica y fácil de realizar.

Siguiendo este objetivo, todas las medidas y acciones que se definen en este Plan de Comunicación pretenden difundir la visión, misión y valores de la asociación, con el fin de lograr una mayor visibilidad y reputación social y, con ello, la consecución de las metas y objetivos marcados.

Este Plan fija una estrategia nítida para afrontar con éxito la comunicación de la entidad, establece prioridades informativas y habilita los instrumentos necesarios para que el mensaje transmitido, ya sea de forma interna como de forma externa, tenga claridad.

Además, este plan de comunicación representa una herramienta idónea para hacer más efectiva la lucha que la asociación protagoniza contra el estigma que recae sobre las personas con problemas de Salud Mental, uno de los principales lastres que frenan la efectiva implicación e integración de este colectivo en la sociedad. Un colectivo que representa en España el 9% de la población, según los datos apuntados por la Organización Mundial de la Salud.

De esta forma, el presente documento habilita acciones concretas para llevar al debate público las necesidades y urgencias que tiene en la actualidad la Salud Mental. Entre otras medidas se plantea, por ejemplo, una mayor relación con los medios de comunicación, a los

que se les transmitirá las claves para un correcto tratamiento de la Salud Mental; la realización de campañas de sensibilización y educación, a través de la participación de personas de reconocido prestigio social o charlas con estudiantes de la ESO; o la potenciación del carácter más reivindicativo de Asaenes Salud Mental Sevilla, una labor que pondrá en primera línea de la actualidad informativa las principales demandas de nuestro colectivo.

Uno de los principales objetivos de este plan se centra, por tanto, en convertir a Asaenes Salud Mental Sevilla en el principal interlocutor mediático en materia de Salud Mental en la provincia de Sevilla, y por añadidura, en el ámbito de Andalucía. Un papel de interlocutor que permitirá acercar de una forma correcta la complejidad de los problemas de Salud Mental de una forma divulgativa a la sociedad, derribando prejuicios.

### **Análisis de los recursos existentes (previo al diseño del Plan de Comunicación)**

Asaenes Salud Mental Sevilla no ha contado anteriormente con un Plan de Comunicación, aunque si ha existido una inquietud por planificar sus acciones de comunicación. Teniendo en cuenta esta circunstancia, el análisis previo en esta materia se realizará en base a las herramientas y medios utilizados en esta tarea, además de las acciones realizadas en los últimos años.

Además, la metodología de trabajo utilizada en la elaboración de este Plan de Comunicación ha implicado al resto de departamentos de la estructura organizativa de Asaenes Salud Mental Sevilla (Administración, Calidad, familias...), ya que se considera a la comunicación como una acción transversal que afecta a toda la asociación.

#### **1. Recursos humanos.**

Un técnico de comunicación (licenciado en Periodismo) a media jornada.

#### **2. Recursos materiales.**

-Ordenador portátil.

-Cámara de fotos.

-Multifunciones (impresora, escáner y fotocopiadora).

#### **3. Herramientas utilizadas.**

-Página web:

POSITIVAS	NEGATIVAS	MEJORAS
-Rediseñada en 2017 con la nueva imagen corporativa de la entidad.	-Faltan experiencias de recuperación.	-Cambiar la arquitectura de la web para hacer más visible algunas secciones de la misma
-Actualización de noticias de	-Faltan fotos para ilustrar los distintos programas explicados	

<p>interés para los/as socios/as, usuarios/as y personas a las que les interesa la Salud Mental.</p> <p>-Actualizada con una agenda de actividades de interés para el colectivo de personas con problemas de Salud Mental.</p>	<p>en la web.</p> <p>-Dar mayor visibilidad a las distintas delegaciones de Asaenes. Posibilidad de subir a la web un vídeo corporativo en el que se explique el trabajo realizado por cada una de ellas.</p> <p>-Dedicar un apartado para presentar a los trabajadores/as de la entidad, los miembros de la Junta Directiva y su equipo de colaboradores.</p>	<p>(noticias, agenda...).</p> <p>-Ilustrar con fotos todas sus secciones.</p> <p>-Incorporar experiencias de recuperación.</p> <p>-Dar visibilidad a trabajadores/as, Junta Directiva y colaboradores/as.</p> <p>-Ampliar la presencia de las delegaciones en la web corporativa.</p>
--	--	---

-Comunicación impresa y digital:

POSITIVAS	NEGATIVAS	MEJORAS
<p>-La nueva imagen corporativa se ha aplicado a toda la papelería de Asaenes (sobres, A4 genéricos, carpertas, enaras...)</p> <p>-Existen folletos, trípticos y dípticos que explican el contenido y objetivos de los distintos programas.</p> <p>-Se realiza una memoria técnica anual en la que se detalla la actividad de la entidad a lo largo de un año.</p> <p>-Se realiza una revista a modo de resumen y presentación de</p>	<p>-Todavía no se ha completado el proceso de adaptación de toda la cartelería y señalítica de la entidad a la nueva imagen corporativa. Sobre todo en las Delegaciones</p> <p>-Disparidad en los pies de firma de los correos corporativos. No existe un criterio definido para el uso parejo de los mismos pies de foto por parte de todos los integrantes de la asociación con correo corporativo.</p>	<p>-Adaptar toda la cartelería y señalítica de todas las entidades de Asaenes a la nueva identidad corporativa.</p> <p>- Unificar la tipografía utilizada y estilo de los documentos generados en la asociación.</p> <p>-Unificar los pies de firma de todos los correos corporativos de Asaenes.</p> <p>-Redefinir una memoria concreta para Faisem,</p>

<p>la actividad anual de la entidad.</p> <p>-Cada delegación cuenta con una enara personalizada.</p>		<p>con los programas que subvenciona. Y realizar una concreta para poder colgar en la web-</p> <p>-Elaborar una revista de venta para buscar patrocinios y captación de fondos.</p>
--	--	---

-Notas de prensa:

POSITIVAS	NEGATIVAS	MEJORAS
<p>-Fácil comunicación con los socios/as.</p> <p>-Fácil difusión con el enlace web en las redes sociales.</p> <p>-Repercusión en los medios de comunicación locales y regionales.</p>	<p>-Actualmente, Asaenes cuenta con una sola portavoz (presidenta).</p>	<p>-Ampliar el número de portavoces de la entidad.</p> <p>-Creación de un argumentario básico para unificar nuestra postura ante los medios de comunicación.</p> <p>-Incrementar la presencia en medios de comunicación a través del envío masivo de notas de prensa.</p>

-Listado de correos:

POSITIVAS	NEGATIVAS	MEJORAS
<p>-La base de datos de direcciones de correo es muy amplia. En parte, esta base de correos ha comenzado a ser actualizado por parte del Departamento de Administración</p>	<p>-Existe un excesivo número de listados de comunicación, que en su mayor parte no están lo suficientemente actualizados.</p>	<p>-Reducir el número de grupos de correo y realizar una actualización de los mismos (medios de comunicación, socios/as, profesionales</p>

		<p>de la Salud Mental, responsables de la Administración).</p> <p>-Definir el proceso de actualización y gestión de estos listados de correos.</p>
--	--	--

-Redes Sociales:

POSITIVAS	NEGATIVAS	MEJORAS
<p>-Incremento continuo de seguidores e interacciones en Facebook y Twitter.</p> <p>-Las redes sociales se convierten en una herramienta idónea para divulgar la actividad noticiable de la entidad, agenda de actividades...</p>	<p>-No existe una estrategia definida en relación al proceso de publicación de contenidos.</p> <p>-El canal de Youtube está infrautilizado.</p>	<p>-Definir una estrategia de publicación de contenidos. Qué se publica, cuándo, quién propone los temas...</p> <p>-Optimizar y actualizar los contenidos del canal de Youtube.</p>



### Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) del Plan de Comunicación)

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Escasez de recursos humanos.</li> <li>-No hay referencias previas en la implantación de un plan de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Financiación limitada.</li> <li>-Pérdida de recursos debido a la actual crisis económica.</li> <li>-Cambio en el gobierno de la Junta de Andalucía y los responsables del SAS</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Experiencia y dominio del entorno social al que nos dirigimos.</li> <li>-Imagen inicial positiva entre los distintos públicos objetivos.</li> <li>-Apoyo y compromiso de la Administración Pública Andaluza y entidades privadas.</li> <li>-Buena base de contactos de expertos en Salud Mental y experiencias En Primera Persona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Convertirnos en el principal referente de Salud Mental en la provincia de Sevilla, y uno de los principales a nivel regional.</li> <li>-Mayor visibilidad pública para influir en las políticas públicas de Salud Mental.</li> <li>-Conseguir nuevas alianzas.</li> <li>-Crecimiento de asociados/as.</li> </ul>

#### Antecedentes en materia de comunicación

Asaenes Salud Mental Sevilla **viene apostando en los últimos años por la implantación y desarrollo de un ambicioso Plan de Comunicación**, un instrumento que representa en la actualidad uno de sus pilares estratégicos de mejora y desarrollo.

Siguiendo la aplicación de este objetivo, desde el año 2012 esta parcela de trabajo comienza a ser considerada como una de las líneas estratégicas de la asociación, que detecta la necesidad de visibilizar su labor de cara a la sociedad y mejorar los canales internos de comunicación para cohesionar a todos/as sus integrantes.

### Públicos o grupos de interés

Las **acciones de comunicación o los objetivos marcados en esta materia pueden (y deben) ser diferentes dependiendo del perfil del público al que se dirijan**. No es lo mismo transmitir un mensaje a un/a socio/a de la entidad que a un profesional del mundo de la Salud Mental. En ambas situaciones, las acciones comunicativas deben adaptarse a sus perfiles (qué inquietudes tienen, qué esperan de la asociación...) y elegir el canal de comunicación que haga llegarles el mensaje de la forma más eficaz.

Los **grupos de interés** de Asaenes Salud Mental Sevilla son aquellas personas, grupos, colectivos u organizaciones que **participan de una u otra forma en la vida de la entidad y que pueden afectar o se ven afectadas, de forma directa o indirecta por el desarrollo de sus actividades y el logro de sus propósitos**. Esta definición recoge no solo a personas y/o grupos internos a la entidad, sino también a externos a ella y con diferentes grados de implicación.

Los grupos de interés de Asaenes Salud Mental Sevilla son colectivos vivos, pueden cambiar con el tiempo según la evolución de la propia entidad y acorde con las circunstancias sociales, económicas o políticas del entorno. Por tanto, la entidad se encuentra delante del desafío de estar al día con los cambios y tener un buen conocimiento de todos los actores con influencia en su esfera de actividad.

La identificación de sus grupos de interés es el primer paso en la construcción de una relación sostenible dentro de la propia entidad, hecho que facilitará en todo momento la actuación de la dirección política de la misma.

Este proceso es muy importante para Asaenes pues en este momento serán identificadas todas las personas que puedan ejercer alguna influencia o se vean influenciadas en el desarrollo de su actividad y por tanto que participan en el cumplimiento de su misión.

#### 1. Definición y clasificación de los grupos de interés.

**Grupos de interés internos:** son los grupos que pertenecen a la estructura interna de la entidad:

- **Junta directiva:** familiares de personas con problemas de Salud Mental y personas con problemas de Salud Mental responsables del gobierno y gestión de la entidad. Toman las decisiones políticas finales. Son las personas visibles de la entidad de cara al exterior.
- **Personal laboral:** conjunto de profesionales que trabajan en la entidad, corresponden a todos los niveles del organigrama de la entidad y están relacionados con el desarrollo, la mejora, la gestión y ejecución de los procesos de la entidad.

- Personas Voluntarias/colaboradoras: personas que colaboran de forma desinteresada con la entidad, son fundamentales a la hora de ofrecer apoyo a los/las usuarios y usuarias y familiares de la entidad.
- Socios/as: personas físicas o jurídicas que contribuyen con una aportación económica periódica al mantenimiento de la entidad. Son un apoyo crucial para la asociación, le dan representatividad social.

**Grupos de interés externos:** aquellos que no pertenecen a la estructura interna de la entidad:

- **CLIENTES:**
  - Familiares: personas que en su entorno familiar cuentan con una persona afectada por un problema de Salud Mental.
  - Usuarios/as: personas con problemas de Salud Mental beneficiarios/as de los distintos programas desarrollados por la entidad.
- **PARTNERS:**
  - La consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, la consejería de Salud y Familias y la consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía
  - Dispositivos sanitarios de Salud Mental: dispositivos pertenecientes al sistema de salud público andaluz o profesionales del ámbito privado que realizan las derivaciones de las personas con problemas de Salud Mental y sus familias a los distintos recursos de la entidad.
  - Fundación pública para la integración social de personas con problemas de salud mental (FAISEM): recursos residenciales, ocupacionales y de ocio que derivan a personas a nuestros programas.
  - Hospital Psiquiátrico Penitenciario de Sevilla
  - Ayuntamientos de Sevilla, Alcalá de Guadaíra, Lebrija, Lora del Río, Mairena del Aljarafe, Écija, Osuna y Dos Hermanas.
  - Universidad de Sevilla, facultades de Comunicación, Odontología, Psicología etc.
  - Colegios Oficiales de Médicos y Farmacéuticos de Sevilla.

- Plataformas de voluntariado y Universidades, derivan a la entidad a las personas interesadas en realizar actividades de voluntariado.
- **PROVEEDORES:**
  - DomusVi. Nos ceden espacios en sus instalaciones para el desarrollo de los planes formativos.
  - Fundación Valentín de Madariaga.
  - Empresas de diversa índole. Hacemos uso de sus servicios y estos están directamente relacionados con el desarrollo de los programas de la entidad. Entre ellas destacar las empresas de transporte de personas, de suministro de material informático, de material técnico para manualidades y papelería, farmacias, supermercados etc.
- **FINANCIADORES:**
  - Administración pública:
    - ✓ FAISEM , principal financiador y aliado de la entidad.
    - ✓ Consejerías del gobierno de la Junta de Andalucía.
    - ✓ Ayuntamientos de la capital y de los distintos municipios de la provincia de Sevilla en los cuales la entidad cuenta con una delegación.
    - ✓ Ministerios del Gobierno de la nación.
    - ✓ Universidades con programas de responsabilidad social.
    - ✓ Empresas privadas que colaboran con la entidad.
- **PLATAFORMAS Y OTRAS ASOCIACIONES AFINES (competencia/alianza):**
  - Plataforma de voluntariado: conjunto de asociaciones que fomentan la labor de voluntariado y coordinan a las mismas por un objetivo común: promover la ayuda mutua.
  - FEAFES Confederación: unión a nivel nacional de federaciones de familiares y personas con problemas de Salud Mental grave.
  - FEAFES Andalucía: Federación Andaluza de Asociaciones de Familiares y Personas con Problemas de Salud Mental.

- Otras asociaciones de Salud Mental de familiares y de usuarios/as.
- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** realizan una labor muy importante de sensibilización y visibilización de la entidad hacia la sociedad ayudando a reducir el estigma.
- **SOCIEDAD, COMUNIDAD:** Ciudadanía en general.

Estos grupos podemos clasificarlos a su vez según su:

- **Responsabilidad:** personas con responsabilidades legales, financieras y operativas.
- **Influencia:** personas con posibilidad de influenciar la capacidad de la organización para alcanzar sus metas.
- **Cercanía:** persona con las que interactúa la entidad, que pueden ser internas, con relaciones de larga duración o aquellas de las que la organización depende en sus operaciones cotidianas.
- **Dependencia:** se trata de las personas que más dependen de su organización, como, las personas empleadas y sus familias.
- **Representación:** personas que representan a otras personas, como son los líderes de comunidades locales, consejeros, representantes de otras entidades etc.

CERCANÍA	INFLUENCIA	RESPONSABILIDAD	DEPENDENCIA	REPRESENTACIÓN
-Familiares	-Junta Directiva	-Junta Directiva	-Faisem	-Junta Directiva
-Usuarios	-Dirección Técnica y Ejecutiva	-Dirección Técnica y Ejecutiva	-P. laboral	-Representantes de los gobiernos
-P. laboral	-Faisem	-Financiadores	-Partners	-Medios de comunicación
-Voluntariado	-Financiadores	-Medios de comunicación	-Proveedores	
-Junta Directiva	-Medios de comunicación		-Financiadores	
-Faisem				

## 2. La priorización en los grupos de interés.

El proceso de priorización de los grupos de interés nos hace reflexionar sobre la **necesidad de utilizar herramientas adecuadas** al proceso de ordenación de los mismos y poder facilitar la posterior toma de decisiones por parte de la dirección técnica, ejecutiva o política de la entidad.

**Esta clasificación nos ayudará a establecer un orden de prioridades y unas pautas de relación con cada grupo** a fin de asegurar una gestión eficaz de los mismos en relación a aspectos como el tiempo de dedicación, los recursos, sus necesidades y las expectativas.

La clasificación en función de la priorización los grupos de interés de ASAENES es la siguiente:

- **A nivel interno:**
  - ✓ Personas usuarias
  - ✓ Familiares
  - ✓ Personal laboral
  - ✓ Personas voluntarias
  
- **A nivel Externo:**
  - Financiadores:
    - ✓ FAISEM
    - ✓ Confederación Salud Mental España
    - ✓ Ayuntamientos de Sevilla y provincia
    - ✓ Obras Sociales de entidades bancarias
    - ✓ Otros

## 3. Las relaciones entre la entidad y los grupos de interés

Cada vez adquiere mayor importancia la gestión de las relaciones con los grupos de interés, es por ello que **desde Asaenes Salud Mental Sevilla facilitamos la inclusión activa de dichos grupos en el desarrollo de los fines de la entidad**, hecho que da legitimidad a la misma, generando credibilidad y confianza.

Para garantizar su sostenibilidad, Asaenes Salud Mental Sevilla debe comprometerse con sus grupos de interés creando un mecanismo de diálogo, entendimiento mutuo, colaboración y alianzas para que las necesidades y expectativas de todos los grupos sean tomadas en cuenta

en el desarrollo sostenible de la propia entidad, con transparencia y eficacia así como en sus estrategias de actuación recogidas en su Plan Estratégico.

Es importante analizar la relación con los grupos de interés como un proceso de mejora continua y en constante cambio. Las necesidades y expectativas de cada grupo cambian con el tiempo así como también cambia la importancia estratégica de los mismos en su relación con la entidad.

**No todos los grupos de interés mantienen el mismo grado de relación con la entidad**, ni demandan la misma información por lo que su gestión implica la búsqueda de un equilibrio entre todas las demandas, ofreciendo respuestas que permitan satisfacerlas de manera eficaz generando un impacto positivo sobre los resultados.

La entidad se beneficia de abordar y equilibrar las reivindicaciones de sus múltiples grupos de interés. Por otra parte, el posible fracaso para abordar las preocupaciones y las expectativas de los grupos, en última instancia, reduciría la confianza de los mismos en la entidad. Así mismo, las relaciones improductivas o que impliquen inversiones de recursos sin resultados satisfactorios serán interrumpidas. La dirección y gestión de los grupos de interés es un medio para alcanzar el cumplimiento de su misión y no un fin.

Una tarea esencial de la entidad es mantener un adecuado equilibrio en sus relaciones con sus grupos de interés. Conocer los distintos grupos a los cuales nos dirigimos es importante para diseñar una adecuada estrategia de comunicación. La elección del grupo va a condicionar el canal y el mensaje que queremos transmitir.

#### **4. El diálogo con los diferentes grupos de interés**

A la hora de comunicarse con los distintos grupos de interés, la entidad se rige por unos principios de diálogos que son los siguientes:

- a) Principio de **comunicación** que recuerda que no es algo unidireccional y menos aún vertical, se trata de un intercambio bidireccional.
- b) Principio de **inclusión** que procede de invitar a la participación.
- c) Principio de **igualdad** que subraya que debe haber oportunidades análogas para todos.
- d) Principio de **reciprocidad** que obliga a que todas las partes asuman la apertura, empatía y respeto propios de un proceso transparente.

Relación de comunicación entre los distintos grupos de interés prioritarios: el cuadro responde a la siguiente pregunta ¿se comunican directamente las personas del grupo de interés.....con las personas del grupo de interés.....?

	Junta Directiva	Personal laboral	Voluntariado	Socios	Familiares	Usuarios/as
Junta Directiva	x	SI	SI	SI	SI	SI
Personal laboral		x	SI	SI	SI	SI
Voluntariado			x	NO	SI	SI
Socios				x	SI	SI
Familiares					x	SI
Usuarios/as						x

## Objetivos

El Plan de Comunicación de Asaenes Salud Mental Sevilla ha detectado una serie de necesidades de comunicación, tanto internas como externas, que han derivado en el planteamiento de una serie de objetivos generales, objetivos específicos y acciones que ayudarán a llevarlas a la práctica.

A grandes rasgos, en estos objetivos y acciones adquieren un especial protagonismo **los programas de sensibilización social**, diseñados con el objetivo de informar a la población de la realidad de las personas con problemas de Salud Mental y derribar el estigma y los prejuicios que los rodean.

En este sentido, la estrategia de sensibilización de Asaenes Salud Mental Sevilla se basa en la organización y divulgación de eventos, trabajos e información del entorno de la Salud Mental. En esta parcela destacan, entre otras campañas, el **programa educativo Descubre**, centrado en el colectivo de estudiantes de la ESO; el de **recaudación de fondos**, una labor que se realiza a través de todo el año y que se desarrolla en actividades como el Concierto Solidario de Navidad; el **Festival y Muestra de Cortos y Salud Mental**, organizados de forma alternativa desde hace tres años, o los actos conmemorativos del **Día Mundial de la Salud Mental**, uno de los hitos fundamentales del año en materia de sensibilización.

A un mismo nivel, el departamento de Comunicación también se centra en **mostrar la labor diaria de sus distintos programas de acción social**, destinados a mejorar la situación de las personas con Problemas de Salud Mental que forman parte de su colectivo de usuario/as. La actividad de estos programas se refleja en la **publicación regular de noticias en la web**



**corporativa, y publicaciones en los perfiles que Asaenes Salud Mental Sevilla mantiene activos en Facebook y Twitter** (actualizaciones diarias).

En último lugar, y no por ello menos importante, se encuentra la **labor reivindicativa** que la asociación pretende reforzar en los próximos años, y que persigue denunciar las situaciones de injusticia o trato discriminatorio que sufre el colectivo de personas con problemas de Salud Mental. Este refuerzo de la labor de denuncia tuvo su expresión más clara durante los pasados meses de octubre y noviembre de 2018, a través de la realización de la campaña centrada en pedir el cierre y posterior traslado de la Unidad de Salud Mental de San Lázaro. Una denuncia con una amplia repercusión mediática, que incluso consiguió un principio de compromiso de solución por parte del Servicio Andaluz de Salud.

Pero además, esta serie de objetivos y acciones seguirán reforzando las pautas en los flujos de información interna de la entidad puestos en práctica en los últimos años.

Entre estas pautas se encuentran:

**-Utilizar el mail como vía normal de comunicación**, evitando en lo posible la comunicación a través Whatsapp. De esta forma, se favorece una relación de trabajo fluida evitando malentendidos y confusiones. El uso del mail nos facilita la clasificación y organización de los mensajes por etiquetas, por lo que tenemos un aliado frente a los mensajes procedentes de Whatsapp, que podemos leer, pero no podemos organizar. Además, el doble check azul no garantiza que el mensaje se ha leído, por lo que se puede originar malentendidos.

La necesidad de contestar a estos emails para saber que se han recibido. Hasta que no se contesta un email, tampoco está recibido.

Estas recomendaciones cobran especial importancia a la hora de relacionarnos con los departamentos de Recursos Humanos, Calidad, Voluntariado y Comunicación.

Se enviará **por mail**: toda la información referente a la relación laboral y asuntos presupuestarios. Por ejemplo, facturas, reparaciones, mantenimiento, días de asuntos propios...

Vía telefónica: Solo cuestiones de carácter urgente (ausencia imprevista, información de baja, accidente...)

-En relación al **envío de información al departamento de Comunicación**, se establece que todas las imágenes que se envíen se publicarán en redes o memoria técnica, por lo que hay que tener en cuenta la autorización de sus protagonistas. Se pueden enviar las fotografías de un acto para ser publicitado en ese momento en redes a través de Whatsapp indicando lugar, acontecimiento y nombre de los protagonistas. Esta última medida se modificó recientemente, ya que los envíos se realizan siempre vía email.

De la misma forma, el resto de información se enviará por mail: agenda de actividades, actos celebrados, dudas sobre organización de actos, imagen o participación en medios de comunicación locales...

-Si hay que dirigir un mismo mensaje a un grupo (familia, miembros de un curso) se hace a través de una **lista de difusión**. Este hecho permite a la organización comunicarse con una lista de personas de forma privada, nadie conoce quién forma parte de esa lista. El mensaje se recibe de forma individual, no se interacciona, aunque sí pueden responder. Estas listas de difusión se crean con la supervisión de la dirección técnica.

-Para evitar problemas en la comunicación con los usuarios/as, familias o socios/as, se recomienda **no utilizar los números personales** ni formaremos parte de un grupo de Whatsapp.

-Periódicamente se envían **boletines informativos** a una lista de suscriptores, en los que se resume la actividad informativa de la entidad. Esta actividad no ha sido regular.

-Todo el personal de Asaenes Salud Mental Sevilla tiene la posibilidad de transmitir (vía email) cualquier **sugerencia de mejora de la organización al responsable de Calidad**. Al mismo tiempo, también pueden comunicar incidencias y situaciones no conformes. Se creó hace varios años (2015) un correo [buzonsugerencias@asaenes.org](mailto:buzonsugerencias@asaenes.org) para que los miembros de Asaenes pudieran aportar ideas de mejora en la gestión y prestación de servicios de la entidad.

## 1. Definición y clasificación de los objetivos y acciones de comunicación.

- **Objetivo general 1 (O.G.1):** Cubrir las necesidades de información sobre Salud Mental de la familia, de los/as usuarios/as, del equipo técnico y junta directiva de la entidad, de los voluntarios/as y de la población en general.

a) **Objetivo Específico 1 (O.E.1).** Informar a la sociedad sobre nuestra labor a través de la página web, redes sociales y medios de comunicación.

- I. **Acción 1-Objetivo Específico 1 (A1O.E.1):** Publicar en la web de la asociación noticias relevantes para la asociación o sobre la actividad de la misma.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación en coordinación con el resto de personas administradoras de los distintos perfiles en redes sociales

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 1 (de aplicación inmediata).

- II. **A20.E.1:** Actualización diaria en los perfiles que Asaenes mantiene activos en Facebook y Twitter.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 1.

- III. **A30.E.1:** Reordenación y actualización del canal que Asaenes posee en Youtube.

Tiempo de ejecución: A lo largo del segundo semestre de 2019.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 2 (a medio plazo).

- IV. **A40.E.1.** Elaboración de una Memoria Técnica anual sobre la actividad realizada en Asaenes.

Tiempo de ejecución: De noviembre a diciembre de cada año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación, Dirección Técnica

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines.

Prioridad: 3 (a largo plazo/de forma puntual).

- V. **A50.E.1.** Elaboración de una revista promocional/resumen anual sobre la actividad realizada en Asaenes. Sirve de carta de presentación ante instituciones públicas, privadas, entidades del Tercer Sector...

Tiempo de ejecución: De enero a febrero de cada año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación, Dirección Técnica.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personas socias, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines.

Prioridad: 3 (a largo plazo/de forma puntual).

- VI. **A60.E.1.** Adaptación continua de los contenidos y estructura de la web a las necesidades informativas de la entidad.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 1.

- **O.G.2:** Posicionar a Asaenes Salud Mental Sevilla como referente y principal interlocutor mediático en materia de Salud Mental en la provincia de Sevilla, y por añadidura, en el ámbito geográfico de la comunidad autónoma de Andalucía.

- a) **O.E.1.** Potenciar la relación con los medios de comunicación y la presencia en los mismos.

- I. **A10.E.1:** Tener identificados aquellos temas que nos interesan promocionar en el debate público.

Tiempo de ejecución: De enero a febrero de cada año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación y Comisión de Reivindicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 1.

- II. **A20.E.1.** Aumentar la colaboración con los medios de comunicación, participando en espacios radiofónicos regulares o elaborando textos especializados sobre Salud Mental, por ejemplo.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 1.

- III. **A30.E.1.** Proponer a la Asociación de la Prensa de Sevilla un convenio de colaboración institucional con Asaenes Salud Mental Sevilla. Este acuerdo perseguirá, entre otros objetivos, trasladar a los profesionales de la comunicación una formación básica (a modo de charlas) en materia de Salud Mental, de cara a conseguir un mejor tratamiento informativo de las personas con problemas de Salud Mental.

Tiempo de ejecución: Segundo semestre 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Medios de comunicación.

Prioridad: 3

**b) O.E.2.** Aumentar la incidencia política de Asaenes Salud Mental Sevilla.

- I. **A10.E.2:** Ronda de contactos regulares con los responsables políticos de las áreas de Sanidad y Bienestar Social de las distintas administraciones públicas. Esta

ronda de contactos se harán extensibles a los responsables técnicos de los diferentes servicios de Salud Mental de las áreas de influencia de la entidad.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Financiadores.

Prioridad: 1

- **O.G.3: Transmitir el compromiso e implicación de Asaenes Salud Mental Sevilla con sus valores de igualdad, justicia y equidad en la promoción y mejora de la calidad de vida y de la defensa de las personas con problemas de Salud Mental y sus familias.**

a) **O.E.1.** Definir con claridad el (los) mensajes que se quiere transmitir.

- I. **A10.E.1:** Formación de nuevos portavoces de la entidad. Realización de un curso presencial en el que se entrenará la ordenación del discurso, la presencia ante las cámaras y el trato adecuado a los profesionales de la comunicación.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes.

Prioridad: 3.

- II. **A20.E.1:** Elaboración de un argumentario básico de la asociación ante cuestiones clave de la Salud Mental.

Tiempo de ejecución: Cada mes de enero.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Comisión de Reivindicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes.

Prioridad: 2.

b) **O.E.2.** Acercar la complejidad de los problemas de Salud Mental de una forma divulgativa a la sociedad, derribando prejuicios.

I. **A10.E.2:** Elaboración de un calendario anual de actividades de sensibilización.

Tiempo de ejecución: Cada mes de enero.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia / Dirección Técnica.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes.

Prioridad: 2.

II. **A20.E.2:** Fomentar la figura del padrino/a o embajador/a de la entidad, tal y como ya se hace en el Festival de Cortos y Salud Mental.

Tiempo de ejecución: De enero a junio de 2021

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 3.

III. **A3.O.E.2.** Realizar campañas periódicas de captación de nuevas personas socias.

Tiempo de ejecución: Segundo semestre de 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 3.

c) **O.E.3.** Alinearnos con la estrategia de comunicación y sensibilización de la Confederación Salud Mental España.

d) **O.E.4.** Realización de campañas de reivindicación y defensa de los derechos humanos de las personas con Problemas de Salud Mental.

- I. **A10.E.4:** La Comisión de Reivindicación identificará, a través de un análisis de la actualidad, aquellos casos en los que se vulneren los derechos de las personas con problemas de Salud Mental para realizar con posterioridad una denuncia pública.

Tiempo de ejecución: En enero y en junio de cada año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Comisión de Reivindicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 2.

- e) **O.E.5.** Incorporar la perspectiva de género en todas las acciones de comunicación y sensibilización de la asociación.

- I. **A10.E.5.** Sensibilizar y formar a la plantilla de trabajadores/as, miembros de la Junta Directiva y personas vinculadas a la entidad, para un uso del lenguaje e imágenes no sexistas.

Tiempo de ejecución: A lo largo de todo el año.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Responsable de Igualdad.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes.

Prioridad: 2.

- II. **A20.E.5.** Elaboración de una guía para el lenguaje y uso de imágenes no sexistas.

Tiempo de ejecución: Segundo semestre 2019.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Responsable de Igualdad.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias.

Prioridad: 2.



- III. **A30.E.5.** Realización de campañas de sensibilización y denuncia ante las múltiples discriminaciones que sufren las mujeres con problemas de Salud Mental.

Tiempo de ejecución: Se realizarán en cuatro fechas clave:

- Día Internacional de la Mujer (8 de marzo).
- Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres (28 de mayo).
- Día Internacional de las Mujeres Rurales (15 de octubre).
- Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres (25 de noviembre).

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Responsable de Igualdad.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias, clientes, partners, proveedores, financiadores, plataformas y otras asociaciones afines, medios de comunicación y sociedad/comunidad.

Prioridad: 2.

- **O.G.4: Mejorar la transmisión de información en el seno de la asociación, ayudando de esta forma a cohesionar a sus integrantes y a transmitir a la sociedad una imagen correcta de nuestra labor y del colectivo de personas con problemas de Salud Mental.**

- a) **O.E.1.** Contar con herramientas de trabajo para la comunicación, coordinación y gestión de la información que genera y llega a Asaenes Salud Mental Sevilla.

- I. **A10.E.1.** Elaboración de una ficha tipo para la transmisión de la información al departamento de Comunicación.

Tiempo de ejecución: Segundo semestre 2019.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral.

Prioridad: 1.

- II. **A20.E.1.** Habilitar un calendario anual común de las actividades clave de la entidad.

Tiempo de ejecución: Segundo semestre 2019.

Recursos humanos: Toda la plantilla de profesionales de la entidad.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias.

Prioridad: 1.

- III. **A30.E.1.** Realización de un boletín digital quincenal que resuma la actualidad informativa de la entidad.

Tiempo de ejecución: Continúa a partir de septiembre de 2019.

Recursos humanos: Responsable Departamento de.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias.

Prioridad: 1.

- IV. **A40.E.1.** Utilización del tablón de anuncios de la entidad y las listas de difusión de WhatsApp y correos electrónicos para la transmisión de información relevante de la entidad.

Tiempo de ejecución: De enero a junio de 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Responsable de Igualdad.

Grupo de interés al que se dirige la acción: Junta Directiva, personal laboral, personas voluntarias/colaboradoras, personas socias.

Prioridad: 2.

- b) **O.E.2.** Potenciar la identidad y el sentimiento de grupo de todas las personas integrantes de Asaenes Salud Mental Sevilla.

- I. **A10.E.2.** Creación de un protocolo de acogida concretado en un Manual de Bienvenida dirigido a los nuevos miembros de la asociación.

Tiempo de ejecución: Primer semestre 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia.

Grupo de interés al que se dirige la acción: nuevos miembros de Junta Directiva, nuevos/as trabajadores/as, nuevas personas

voluntarias/colaboradoras, nuevas personas socias, nuevas entidades financiadoras, nuevos partners, nuevos proveedores.

Prioridad: 2.

- II. **A20.E.2.** Realizar una labor de fidelización de las personas socias. Para ello, se les habilitará un buzón de sugerencias en la web o se les agradecerá regularmente su participación.

Tiempo de ejecución: Primer semestre 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación / Gerencia.

Grupo de interés al que se dirige la acción: personas socias.

Prioridad: 2.

- c) **O.E.3.** Fomentar las buenas prácticas de comunicación en el seno de la entidad..

- I. **A10.E.3.** Realización de un taller formativo dirigido por el responsable del departamento de Comunicación, en el que se sensibilizará a la plantilla de la importancia de realizar una buena comunicación.

Tiempo de ejecución: Primer semestre 2020.

Recursos humanos: Responsable Departamento de Comunicación.

Grupo de interés al que se dirige la acción: personal laboral.

Prioridad: 3.

## Instrumentos de apoyo para la aplicación del Plan de Comunicación

### 1. Manual de Identidad Corporativa.

Coincidiendo con el 30 aniversario de su constitución, Asaenes Salud Mental Sevilla presentó el pasado 10 de octubre de 2017 su **nueva imagen corporativa**. Una apuesta de futuro que pretende revitalizar su puesta en escena ante la sociedad, y que ha afectado al día a día de la asociación, ya que se ha unificado la imagen gráfica de toda la papelería de la entidad, cartelería promocional, página web, trípticos o memorias corporativas, entre otros aspectos.

En esta área de trabajo, se acometerá la realización de un **Manual de Identidad Corporativa** de la entidad, **que permitirá**, entre otros beneficios, **la correcta utilización de nuestra marca**



**corporativa** por parte del personal de Asaenes Salud Mental Sevilla (delegaciones, programas...), así como de entidades externas con las que se colabore en la realización de cualquier evento.

Dentro de este Manual de Identidad Corporativa, se incluirán, entre otras directrices, el diseño de enaras; material de merchandising (carpetas, libreta/bloc, folios corporativos...), o la forma y estilo en que deben diseñarse y redactarse los textos, teniendo en cuenta el género (notas de prensa, comunicados, convocatorias, noticias o reportajes).

Nuevo logo de Asaenes:



Acción a desarrollar:

-Adaptar y unificar todos los formatos externos de comunicación (notas de prensa, cartas institucionales, cuerpo y firmas de correos, cartelería, tarjetas de visita...) a las normas planteadas en el Manual de Identidad Corporativa.

-Elaboración y seguimiento del Manual de Imagen e Identidad Corporativa.

#### Recursos

- 1 técnica en comunicación, Directora Técnica, Directora Ejecutiva y Presidenta.
- Según el tipo de evento: Personal administrativo, familiares, Junta Directiva o personal externo.

INICIATIVA	PERSONAS INVOLUCRADAS	OBJETIVOS PRINCIPALES	
Manual de Identidad Corporativa	Dpto. Com.	Unificar todos los formatos internos y externos de comunicación a las normas planteadas en el Manual de Identidad Corporativa.	

ACCIONES A DESARROLLAR	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RECURSOS: HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS	PRIORIDAD
<b>1. Elaboración del Manual de Identidad Corporativa</b> de Asaenes.	De septiembre a diciembre de 2019	Dpto. Com.	<b>2</b>
<b>2. Adaptación de todo el material corporativo</b> a las directrices marcadas en el Manual de Identidad Corporativa	De enero a junio de 2020	Dpto. Com.	<b>3</b>

## **2. Guía de lenguaje y uso de imágenes no sexistas.**

Desde Asaenes Salud Mental Sevilla se **promueve el uso de un lenguaje no sexista** aunque no siempre se cumple, poniendo sobre todo atención en la redacción de documentos tales como memorias, proyectos y programas.

Teniendo en cuenta esta inquietud, no existe ningún reglamento o documento interno que requiera o exija el uso de un lenguaje no sexista en los documentos escritos. A pesar de ello, solo un 6% de la plantilla percibe que Asaenes Salud Mental Sevilla utiliza un lenguaje sexista e imágenes que no promueven la igualdad. En relación al grado en que Asaenes Salud Mental Sevilla proyecta una imagen comprometida con la igualdad, el valor más puntuado es el 6 (de una escala comprendida entre el 0 y el 10).

Otros aspectos también refuerzan la necesidad de materializar una guía de lenguaje y uso de imágenes no sexista en nuestra entidad. Nos referimos concretamente a las redes sociales, en los que nos encontramos con los siguientes datos reflejados en el Plan de Igualdad de Asaenes Salud Mental Sevilla.

**Facebook:** cuenta con un total de 1.666 seguidores, de los que el 71% son mujeres y el 27% hombres. Entre las mujeres destaca (con un 26,3% del total) el colectivo de mujeres comprendido entre los 25 y 34 años. En cuanto a los hombres destaca (con un 7% del total) el colectivo comprendido entre los 25 y 34 años.

**Twitter:** Tenemos un total de 2.765 seguidores, de los que el 54% son mujeres y el 46% hombres. Twitter no facilita datos concretos de la edad.

**Acción a desarrollar:**

-Elaborar una guía que evite el uso de lenguaje e imágenes sexistas tanto en la comunicación interna como externa de la entidad.

-Elaboración y seguimiento de esta guía.

**Recursos**

- 1 técnica en comunicación, Directora Técnica, Directora Ejecutiva y responsable de género.

INICIATIVA	PERSONAS INVOLUCRADAS	OBJETIVOS PRINCIPALES
Guía de Lenguaje y uso de imágenes no sexistas.	Dpto. Com. Igualdad.	Elaborar una guía que evite el uso de lenguaje e imágenes sexistas tanto en la comunicación interna como externa de la entidad

ACCIONES A DESARROLLAR	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RECURSOS: HUMANOS, MATERIALES Y FINANCIEROS
<b>1. Elaboración de la Guía de Lenguaje y uso de imágenes no sexistas</b> de Asaenes.	De enero a junio de 2020	Responsable Dpto. Com. Responsable de Igualdad.

## Evaluación y seguimiento del Plan de Comunicación.

Se realizará una **evaluación continuada que permita cuantificar los objetivos que se van consiguiendo en comparación con los de años anteriores**. Los instrumentos de evaluación que se utilizarán serán cuestionarios de satisfacción, escalas graduadas de cumplimiento de objetivos y nuestra visibilidad en los medios de comunicación.

### **1. Tipos de evaluación**

El seguimiento de la aplicación de las distintas acciones descritas en el presente Plan de Comunicación se realizará a través de tres tipos de evaluación:

**Evaluaciones mensuales:** A través de estas evaluaciones se realizará un seguimiento más detallado del número de visitas a la página web corporativa, todo ello a través de informes elaborados a través de la herramienta de análisis web de Google (Google Analytics).

Además, a través de estas evaluaciones se estudiará la evolución del número de seguidores en las redes sociales de Facebook y Twitter y el número de visualizaciones en el canal de Youtube; y la tasa de apertura de los boletines informativos remitidos a la lista de suscriptores a través de la plataforma Mailchimp.

**Evaluaciones semestrales:** Servirán para que la comisión creada a tal efecto, certifique la materialización de las medidas planteadas para estos periodos temporales. Esta evaluación, que controlará el desarrollo de la implantación del Plan de Comunicación, se extenderá hasta junio de 2021, fecha límite para su puesta en marcha efectiva.

Del mismo modo, y de forma también semestral, se realizará un control del número de impactos conseguidos en los distintos medios de comunicación.

**Evaluaciones anuales:** Se centrarán sobre todo en medir el nivel de aceptación y satisfacción del Plan de Comunicación por parte de la plantilla, socios/as, voluntarios/as y Junta Directiva de Asaenes Salud Mental Sevilla. Estas mediciones se realizarán a través de una encuesta remitida a estos colectivos, en la que también se les dará la oportunidad de aportar sugerencias de mejora.

### **2. Indicadores**

- Número de eventos y actividades organizadas
- Número de apariciones de Asaenes Salud Mental Sevilla en los medios de comunicación respecto a años anteriores.
- Número de usuarios que clican “Me gusta” en nuestra página Facebook.
- Número de followers en Twitter.
- Número de ciudadanos que asisten a los eventos organizados.
- Satisfacción de los asistentes



### **3. Resultados previstos**

- Aumento del número de apariciones de Asaenes Salud Mental Sevilla en los medios de comunicación, respecto al año pasado.
- Incrementar número de visitantes de la Web de Asaenes Salud Mental Sevilla.
- Aumento del número de “me gusta” en Facebook.
- Aumento de followers o seguidores en Twitter.
- Aumento del número de ciudadanos/as que asisten a los eventos organizados.