



# PLAN DE COMUNICACIÓN 2022-2026

Página 1 de 14  
Edición: 02  
Fecha: 26/08/2022



## CONTROL DE EDICIONES

EDICIÓN	MOTIVO	FECHA
01	EDICIÓN INICIAL	26-03-2018
02	Creación del Plan de Comunicación 2022-2026, adaptado a las nuevas legislaciones, normativas y técnicas de comunicación del S. XXI.	26-08-2022
03		

Elaborado por: ANA NÚÑEZ VICENTE

Gestora de Programas

Aprobado por: DANIEL GIMENO GANDUL



Director

Aprobado en Reunión del Patronato de Fundación La Caridad el 06-06-2023

Vº Bº

D. JORGE AZCÓN NAVARRO  
PRESIDENTE

D. MANUEL MONTAÑÉS ESCRIBANO  
SECRETARIO



PLAN DE COMUNICACIÓN  
2022-2026

Página 2 de 14  
Edición: 02  
Fecha: 26/08/2022



# PLAN DE COMUNICACIÓN 2022-2026

## FUNDACIÓN LA CARIDAD



# INDICE

Análisis de la situación.....	4
Objetivos.....	6
Públicos.....	8
Mensajes.....	9
Acciones de comunicación.....	10
Cronograma.....	10
Presupuesto.....	11
Métodos de Evaluación y Seguimiento.....	11

# Análisis de la situación

Fundación La Caridad en su Plan Estratégico 2021-2026, estableció como Propuestas de Mejora:

- **Mejorar la coordinación de los recursos existentes**, asegurando el conocimiento por parte de todo el personal de Fundación La Caridad. Promocionar el trabajo en equipo como parte de un todo, disminuyendo la sensación de departamentalización. Facilitar el trabajo en equipo mediante apoyo externo, si fuese necesario. Todos los equipos coinciden en seguir trabajando en la realización de sumar esfuerzos entre los distintos servicios para proporcionar una atención integral a los diferentes colectivos y seguir realizando actividades conjuntas entre los distintos servicios con personas beneficiarias comunes. Sirva de ejemplo, las actividades intergeneracionales que se realizan. Compartir objetivos institucionales más allá de su propio servicio.
- Creación de un **Coordinador de Operaciones**, que, en su ámbito más directivo, o más estratégico, su cometido más importante será dar apoyo al Director General, para desarrollar el plan estratégico y ejecutar sus líneas de acción. En el escenario más operativo y/o táctico, su trabajo consistirá en supervisar de forma programada los procesos críticos de la empresa relacionados fundamentalmente con el funcionamiento de los diferentes servicios y sus resultados.
- Profundizar en el conocimiento que el personal de la Fundación tiene sobre el resto de los recursos existentes y las personas que los componen, para mantener y poner en valor el prestigio por parte de los profesionales y

otras instituciones.

- **Establecer canales de comunicación y vías de colaboración**, tanto con entidades bancarias, como con empresas que quieran mejorar su imagen con respecto a la responsabilidad social.
- **Mejorar la imagen que proyecta Fundación La Caridad sobre la ciudadanía zaragozana**. Reforzar el servicio de comunicación, tanto interna como externa. Insistir con acciones de márketing: Llamar la atención de los medios con retos espectaculares, crear un club u otras acciones de networking; realizar acciones que beneficien al medioambiente; eventos solidarios con clientes; venta de historias particulares; rutas didácticas adaptados a La Caridad; días de puertas abiertas; street marketing; invitación a famosos, etc.

En las líneas de Acción Directa a los colectivos estableció:

- Definir vías de participación para colectivos y usuarios con el objetivo de mejorar la organización de los servicios que se prestan.

En las líneas de Comunicación marcó:

- **Fortalecer la comunicación interna** adecuándola a una estrategia y haciendo de ella un vehículo de transparencia y conocimiento profundo por parte del personal. Mejorar la recogida de información, necesidades, actividades, etc. con el fin de que haya mayor conocimiento por parte de la ciudadanía.
- **Mejorar la comunicación e imagen** que proyecta La Caridad utilizando técnicas de márketing específicas que contribuyan a un mayor conocimiento, combinando tradición y experiencia con innovación y desarrollo.
- **Reforzar canales de información y comunicación** con organismos oficiales, **empresas**, etc. para el desarrollo de acciones de responsabilidad social corporativa.

- **Elaborar un nuevo plan de comunicación**, tanto externa como interna.

# Objetivos

Partiendo del Plan Estratégico de Fundación La Caridad y con el fin de desarrollar sus líneas estratégicas, elaboramos este Plan de Comunicación 2022-2026, con los siguientes objetivos:

- **Fortalecer la comunicación interna.**
  - **Mejorar los canales internos:** tableros de anuncios, emails, boletines periódicos de información, responsables de servicios, buzón de quejas y sugerencias.
  - **Mantener la newsletter.** Informando de la actualidad, acontecimientos ocurridos y futuros.
  - **Mejorar la comunicación bidireccional Dirección y Responsables y Empleados.** Proporcionar herramientas de comunicación adecuadas al S. XXI (WhatsApp, Instagram, Chats, emails corporativos, ...) con el fin de estar informados sobre las decisiones o cambios que afectan a la fundación, y en concreto, a sus servicios y el desempeño de sus funciones.
  - **Concienciar** a los voluntarios sobre el valor que aportan a la entidad y a la sociedad.
- **Fortalecer la comunicación externa.**
  - **Mejorar la comunicación e imagen.**
    - Promover canales de comunicación eficaces para dar a conocer las actividades de Fundación La Caridad al entorno social, garantizando la transparencia, la claridad y el rigor en



## PLAN DE COMUNICACIÓN 2022-2026

Página 7 de 14

Edición: 02

Fecha: 26/08/2022



- la información que se ofrece.
- Proporcionar información veraz, comprensible, completa y detallada sobre las características de los servicios ofertados, así como los derechos y deberes de los beneficiarios.
  - **Reforzar canales de información y comunicación** con organismos oficiales, empresas, etc. para el desarrollo de acciones de responsabilidad social corporativa.
    - Mantener la página web de Fundación La Caridad actualizada y creará y/o mejorará las páginas web de los servicios de la fundación actualizados (con actividades diarias, fotografías, vídeos, ...).
    - Utilizar técnicas de márketing específicas que contribuyan a un mayor conocimiento, combinando tradición y experiencia con innovación y desarrollo.

# Públicos

Nuestro Plan de Comunicación va dirigido a las partes interesadas de Fundación La Caridad que detallamos a continuación:

- Usuarios y familiares de los distintos servicios.
- Personal contratado.
- Voluntarios
- Alumnos en prácticas
- Personas con medidas penales realizando trabajos sociales
- Patronato
- Proveedores
- Administraciones públicas
- Entidades colaboradoras, redes y plataformas
- Donantes
- Ciudadanía



# Mensajes

Los mensajes de Fundación La Caridad irán dirigidos a las partes interesadas de la fundación con los siguientes fines:

- Informar sobre las acciones que Fundación La Caridad está llevando a cabo.
- Sensibilizar a la sociedad sobre la causa y la misión de la fundación.
- Motivar al público en la participación de las actividades de Fundación La Caridad.
- Generará medios y canales para que las personas puedan expresar por sí mismas sus demandas, quejas y propuestas.

Estos mensajes se caracterizarán por:

- Información veraz, de calidad y cumplimiento con los principios de igualdad y transparencia.
- Utilización de lenguaje que no lesione la dignidad ni la integración física y psicológica de las personas atendidas.
- Respetar la diversidad sociocultural de las personas, manteniendo criterios de equidad.
- No tolerar ningún tipo de discriminación, ya sea por motivo de etnia, ideología, religión, credo, nacionalidad, lengua, género, orientación sexual, diversidad funcional, edad, condición de representación legal o sindical de las personas trabajadoras, ni por ningún otro motivo.
- No se admitirá ningún tipo de situación de acoso moral o sexual ni de amenazas o agresiones físicas o verbales que puedan motivar el sufrimiento físico o mental.

# Acciones de comunicación

- Offline:
  - Radio y televisión
  - Prensa escrita
  - Revistas especializadas
  - Mobiliario urbano, cartelería, vallas publicitarias, ...
  - Actos de relaciones públicas y eventos
  - Otros
- Online:
  - Web
  - Blog
  - Redes sociales
  - Newsletter, boletines, ...
  - Otros

Las acciones de comunicación se desarrollarán durante la vigencia del presente Plan de Comunicación 2022-2026.

Anualmente, se recogerá en el Plan de Actuación de la fundación los objetivos y acciones a realizar. Además, en la Memoria de Actividades de la entidad se recogerá detalle de las acciones realizadas en el apartado de comunicación y noticias.

# Cronograma 2022

## Planificación de medios.

OBJETIVO: Difundir las acciones realizadas dentro del 125 aniversario de la entidad PROGRAMACIÓN:

Del 12 de septiembre a 31 de diciembre. Emisión de cuñas en:

Septiembre 2022	Dial Zaragoza Los 40 Classic
Octubre 2022	Dial Zaragoza Los 40 Classic
Noviembre 2022	Dial Zaragoza Los 40 Classic
Diciembre 2022	Dial Zaragoza Los 40 Classic

Las emisiones son en formato cuña en rotación desde 06.00 a 00.59 horas de lunes a domingo.

Como observación se ha cerrado la emisión en pantalla del logotipo de la entidad en diferentes actos patrocinados durante las fiestas del Pilar 2022.

## Apariciones/impacto

5000 *prerrol* de impacto en la web local de Cadena Ser Zaragoza (Radio Zaragoza)

1 Brand Week fijo en web local de Cadena Ser Zaragoza (Radio Zaragoza).  
Diciembre de 2022.

---

## Carteles publicitarios

Desde el 20 al 30 de septiembre se expondrán carteles informativos acerca del IX desfile benéfico FUNDACIÓN LA CARIDAD en los autobuses de Avanza Zaragoza en diferentes líneas, en colaboración con el Ayuntamiento de Zaragoza.



### **Planificación de eventos 125 Aniversario**

19 de enero, mesa redonda en Ibercaja, contará con varios ponentes entre ellos Daniel Gimeno (Director de Fundación La Caridad), Ivan Ubieto (Director del colegio Cantin y Gamboa) y los restantes por determinar, donde se hablará de diversos problemas de este momento en el área de la infancia y juventud. Contará con asistencia de público y la difusión se llevará por parte de Ibercaja.

3 de febrero, Cena de Gala con la II Edición de la entrega de los Premios Silla (se premiarán diversas personalidades por su labor en diferentes áreas en las que trabajamos así como un voluntario por su entrega y dedicación a lo largo de los años a nuestra entidad) , se celebrará en Espacio Aura a las 21,00H y se pretende contar con la asistencia de personalidades tanto políticas como del mundo empresarial así como con los trabajadores que tiene este momento Fundación La caridad y en años anteriores, voluntarios etc...

Finales de marzo (fecha por determinar), en la celebración de Carnaval, Interpeñas Zaragoza nos brinda la oportunidad de realizar el recorrido por diversas calles de Zaragoza participando con una carroza decorada con motivo del 125 Aniversario y tras el recorrido finalizar en un lugar de Zaragoza aún por definir donde parte de la recaudación de las barras sea destinada a nuestra entidad.

Finales de marzo, exposición en el Paseo Independencia en el que se narrará a través de imágenes la experiencia adquirida en Fundación La Caridad a lo largo de estos 125 años en las diferentes áreas en las que trabajamos, desde los sentimientos y con un punto de vista cercano y sentimental. La exposición correrá a cargo de la comisaria Beatriz Lucéa.

Mayo (fecha por determinar), se realizará un almuerzo a cargo de Cámara de Comercio en Montal donde se invitará a personajes relevantes del mundo



empresarial en Zaragoza con la pretensión de buscar apoyo económico para nuestra entidad. Un ponente del mundo social realizará una exposición de la situación que en este momento atravesamos en el tercer sector y de este modo se intentará captar a estas empresas para futuras colaboraciones apoyando diferentes proyectos que en ese momento necesiten financiación.

X Desfile Infantil-Juvenil (por determinar fecha) donde como en años anteriores la recaudación irá destinada al proyecto BK,s (becas de comedor y de libros así como necesidades de las familias en el Centro de Educación Cantinela y en el colegio Cantin y Gamboa)

Diversos actos donde se de a conocer cada una de las áreas en las que trabajamos y de este modo dar visibilidad para que empresas y estamentos apoyen nuestros proyectos. (por definir).

Realizar campañas y apariciones con diversos medios de comunicación tanto para lanzar nuestros diferentes actos como para hacer marca.

## Presupuesto

Fundación La Caridad se compromete a destinar los recursos económicos y humanos necesarios para el cumplimiento de este Plan de Comunicación 2022-2026, para ello contará con recursos propios, colaboradores, donaciones, prestación de servicios, convenios de colaboración con empresas y/o entidades públicas.

# Métodos de evaluación y seguimiento

- Anualmente se recogerá en la memoria de actividades de Fundación La Caridad los resultados de este Plan de Comunicación.
- Anualmente, y conforme se tiene establecido el Sistema de Gestión de Calidad, se realizarán Encuestas de Satisfacción a empleados, usuarios y familiares dónde se recogerán los resultados y opiniones respecto a los medios de comunicación de Fundación La Caridad.