

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	1 de 19

GESTIÓ DEL DOCUMENT			
APROVACIÓ	Comissió Executiva	DATA	7/09/2016
REVISIÓ	Gerència		
TITULAR	Responsable de Comunicació		
ESTAT	VIGENT		

HISTORIAL DE REVISIONS		
NÚM.	DATA	MODIFICACIÓ

Índex

1. Anàlisi
2. Planificació
 - Objectius
 - Públic
 - Missatge
 - Eines i accions
3. Execució
 - Metodologia
 - Cronograma
 - Recursos
4. Avaluació
5. Objectius estratègics 2015-2016
6. Annexos

1. ANÀLISI

En primer lloc cal fer un diagnòstic de la situació actual: ara per ara no existeix una estratègia comunicativa: les accions que es duen a terme, de forma regular, no es fonamenten en una planificació formalitzada, tot i que responen a una estratègia global. Tampoc no existeix un recull de criteris sistematitzats i el disseny d'algunes eines és poc dinàmic i atractiu. D'altra banda, hi ha un dèficit de recursos humans i econòmics, i la manca de personal qualificat i temps

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	2 de 19

limita la capacitat d'incidència. A l'àmbit intern es convoquen reunions d'equip o temàtiques per compartir informació i decisions, però no de forma regular ni formalitzada.

Com a elements positius cal destacar que l'entitat disposa de diversos canals que responen sobretot a la voluntat de facilitar la comunicació amb el socis. Igualment, alguns socis tenen a la seva web institucional un enllaç a la pàgina web del Fons Mallorquí. El Fons Mallorquí compta també amb llistes de distribució de correu electrònic molt valorades per les entitats com a via per difondre les activitats que promouen. A l'àmbit intern es compta amb un plafó setmanal per indicar absències previstes i un calendari mensual d'activitats de sensibilització.

Atès que fins ara no s'havia avaluat globalment l'impacte de les accions comunicatives, i no es coneix el perfil dels interlocutors que es consideren estratègics ni la percepció que tenen de l'entitat, s'ha elaborat una enquesta sobre la qualitat de la comunicació actual, els resultats de la qual es poden consultar a l'**annex 1**.

2. PLANIFICACIÓ

2.1. Objectius

2.1.1. Àmbit de comunicació externa

- Donar a conèixer el Fons Mallorquí i les seves activitats
- Incrementar la participació a les activitats que du a terme
- Aconseguir augmentar el suport a les accions del Fons Mallorquí a través de recursos econòmics, materials o humans (col·laboradors, donants, patrocinadors)
- Retre comptes i exercitar la transparència

2.1.2. Àmbit de comunicació interna

- Coordinar els esforços, tasques i projectes que es duen a terme a l'entitat.
- Fomentar la cohesió a l'equip tècnic, de manera que cadascú pugui expressar-se, ser escoltat i informat.

2.2. Públic

Un cop definit el perfil dels interlocutors que es consideren estratègics, s'ha prioritzat cada grup en funció del que pugui aportar al compliment dels objectius del Fons Mallorquí. En el següent quadre s'han establert els objectius, funcions, accions i canals de comunicació específics que s'empraran per a cada segment de públic considerat interessant.



PLA DE COMUNICACIÓ

CODI	PC
REVISIÓ	0
DATA	7/09/2016
PÀGINA	3 de 19

PÚBLIC	OBJECTIU	FUNCIÓ*	CANAL	ACCIÓ
Òrgans de govern i equip tècnic (públic intern)	Comunicació interna	Reguladora-Informativa	Personal - C/e – C/postal	Línia directa*** –Reunions
Socis (públic prioritari)	Suport als objectius estratègics	Reguladora-Informativa-Cooperativa-Emotiva	Tots	Línia directa - Reunions Publicacions - Activitats
ONGD Mallorca finançades	Suport als objectius estratègics	Reguladora-Informativa-Cooperativa	Tots	Línia directa - Reunions Publicacions
ONGD Sud finançades	Suport als objectius estratègics	Reguladora-Informativa-Cooperativa	Tots	Línia directa - Reunions Publicacions
Altres finançadors públics i privats	Suport als objectius estratègics	Reguladora-Informativa-Cooperativa	Tots	Línia directa - Reunions Publicacions
Comissions d'agermanament / Xarxa	Suport als objectius estratègics	Informativa-Cooperativa-Emotiva	Tots	Reunions - Publicacions Activitats
Institucions europees	Presència internacional	Informativa-Cooperativa	Clic-Web-Eines digitals**	Publicacions
Organismes internacionals	Presència internacional	Informativa-Cooperativa	Clic-Web-Eines digitals	Publicacions
Ciutadania en general	Divulgació	Informativa-Emotiva	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions - Activitats
ONG UE	Complicitats i intercanvi d'experiències	Informativa-Cooperativa-Emotiva	Tots	Reunions - Publicacions
Mitjans de comunicació	Creació d'opinió	Informativa-Cooperativa	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Notes i rodes de premsa Articles
UIB	Divulgació	Informativa-Cooperativa	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions

* Funcions: **reguladora** (relativa a l'organització dels processos; reforça normes i formalitats i les controla); **informativa** (transmet i rep informació; genera hàbits i coneixement i facilita la presa de decisions amb coneixement de causa); **cooperativa** (facilita la solució de problemes i genera presa de decisió); **emotiva** (interacció amb els altres; genera valors i adhesió).

** Eines digitals: lloc web, twitter, feisbuc, etc.

***Línia directa: atenció personalitzada presencial, per c/e o telèfon



PLA DE COMUNICACIÓ

CODI	PC
REVISIÓ	0
DATA	7/09/2016
PÀGINA	4 de 19

PÚBLIC	OBJECTIU	FUNCIÓ*	CANAL	ACCIÓ
Altres Fons de les Illes	Complicitats i intercanvi d'experiències	Informativa-Cooperativa	Tots	Reunions Publicacions
Centres educatius, biblioteques	Divulgació	Informativa-Emotiva	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions
Altres ONGD	Divulgació	Informativa-Emotiva	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions
Confederació	Divulgació	Informativa-Emotiva	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions
Partits polítics i sindicats	Creació d'opinió i divulgació	Informativa-Emotiva		Publicacions - Reunions
Serveis tècnics i proveïdors	Divulgació	Reguladora-Informativa	Clic-C/e-Web-Eines digitals	Publicacions

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	5 de 19

2.3. Missatge

El missatge, acompanyat d'una identitat visual i institucional coherents actua com a element fonamental de credibilitat, empatia i reputació, i genera motivació.

És fonamental que, a més de comunicar sobre les accions que du a terme el Fons Mallorquí, com a exercici de transparència, es mostri una imatge clara que reflecteixi els valors i principis de l'entitat, que identifiqui les aportacions que vol fer a la societat.

2.3.1. Identitat visual corporativa: tots els elements de comunicació han de tenir la mateixa imatge corporativa.

- Logotip i criteris tipogràfics: el logotip del Fons Mallorquí té dues variants: color i blanc i negre.



Per al paper de carta es poden utilitzar indistintament, tot i que per motius d'eficiència s'aconsella l'ús del model a una tinta, i es col·loquen a la part inferior esquerra. En altres documents s'usa el logotip a una tinta a la part inferior dreta i es pot modificar la grandària segons les necessitats del text (amb una escala mínima de reducció de 15mmx25mm, perquè es pugui llegir adequadament). Als sobres s'imprimeix a la banda frontal inferior esquerra.

Els colors corporatius de l'entitat són el Pantone 2747 U (blau), Pantone 355 C (verd), Pantone 485 C (vermell) i Pantone 123 U (taronja), incloses les versions en CMYK i RGB (s'especifiquen a l'**annex 3**).

La tipografia corporativa del Fons Mallorquí és l'**Arial**, en cartes i documents formals en mida 12. En textos maquetats s'utilitza l'**Helvetica Neue**. En suports en línia, es poden utilitzar altres tipografies, condicionades per l'accessibilitat.

	PLA DE COMUNICACIÓ	CODI	PC
		REVISIÓ	0
		DATA	7/09/2016
		PÀGINA	6 de 19

ABCDEFGHIJKLMNOP
 OPQRSTUVWXYZÀ
 ÅÉÎÏabcdefghijklmn
 opqrstuvwxyzàåéîï&
 1234567890(\$£.,!?)

- Material de papereria: els fulls de carta, els sobres, les carpetes i les targetes de presentació tenen una línia de disseny comuna (a l'**annex 3** es recullen els models corresponents a cadascun). Pel que fa als folis, s'utilitza el format DIN A4. Quant als sobres, hi ha dues mides: sobre americà blanc (225x115mm) i bosses Kraft (250x353cm). Respecte a les dades, tant els fulls de carta (plantilla electrònica) com els sobres inclouen l'adreça postal, telèfon, adreça electrònica i adreça del web. Finalment i d'acord amb els principis recollits al **Codi ètic**, el material de papereria ha de ser sense clor i complir els requisits del certificat FSC.
- Correspondència electrònica: existeix un model unificat de signatura i logotip (**Annex 2**).

2.3.2. Idees que vol transmetre el Fons Mallorquí:

- Participació dels socis i consens a l'hora de prendre decisions
- Transparència i eficiència en la gestió i en la comunicació
- Diàleg i concertació amb les institucions, entitats i associacions.
- Diàleg i cohesió interna de l'equip tècnic, amb espais per compartir aportacions i propostes
- Innovació i creativitat per anticipar-nos als canvis de l'entorn i adaptar-se a la realitat d'àmbits i sectors de població diversos
- Reflexió i capacitat d'aprenentatge, avaluant la pròpia feina i cercant sempre formes de millorar la tasca quotidiana

2.3.3. Continguts: en general s'ha de tenir en compte que les persones, abans de llegir, miren. Per tant s'ha d'evitar un excés d'informació que podria dissuadir de llegir el text, i afegir imatges sempre que sigui possible. D'altra banda, tampoc no s'ha d'abusar de les possibilitats tipogràfiques, simbòliques, d'imatge, etc. que ofereixen els processadors de textos, perquè es podria diluir l'objectiu del missatge. En el cas de l'agenda o convocatòries d'actes, s'ha d'assegurar que es respon clarament a les preguntes què, qui, quan, on i com. Pel que fa a al disseny gràfic, es confia a persones qualificades.

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	7 de 19

2.4. Eines i accions

Inclou els canals de comunicació que el Fons Mallorquí té a l'abast o de nova creació. L'objectiu de l'ús dels mitjans és arribar als públics que s'han definit; reforçar el missatge; i provocar el tipus de reacció desitjada.

2.4.1. Mitjans de comunicació: emissió de notes de premsa puntuals, tramesa d'informació segons les necessitats dels mitjans; convocatòria i oferta d'entrevistes si hi ha qualcú interessant (accions que generen notícia); arxiu de premsa amb els materials generats pel Fons Mallorquí i les notícies aparegudes als mitjans.

2.4.2. Mitjans de comunicació propis: publicacions i eines digitals.

- Lloc web: (www.fonsmallorqui.org) espai de referència institucional, conté el que és essencial de la institució i dels processos que du a terme amb els continguts de referència i enllaços a entitats i organismes participants. Hi ha diferents apartats que requereixen actualitzacions freqüents (agenda, actualitat, projectes).
- Butlletí institucional: de freqüència mensual i puntualment bimestral, és espai de difusió d'informació relacionada amb l'actualitat, així com de debat i reflexió. Ha de ser rigorós i pedagògic.
- Audiovisuals institucionals o didàctics sobre l'activitat del Fons Mallorquí o de temes relacionats amb les tasques que du a terme: enriqueixen les iniciatives de comunicació. El Fons Mallorquí té comptes a les aplicacions digitals *Youtube* (<https://www.youtube.com/user/fonsmallorqui>) i *Vimeo* (<https://vimeo.com/user9450915>), que permeten publicar, veure i compartir els vídeos.
- Perfil de *Twitter*: (<https://twitter.com/fonsmallorqui>) idoni per retransmetre esdeveniments, per promocionar campanyes específiques i per afavorir la interacció amb els grups d'interès.
- *Facebook*: útil fer referència a informacions diverses (d'agenda, nous recursos o publicacions, seguiment de projectes), per compartir informacions, fotografies, vídeos i enllaços entre usuaris coneguts; participar a les comunitats que interressi; i convidar a actes o esdeveniments. El Fons Mallorquí compta amb una pàgina corporativa: <https://www.facebook.com/Fons-Mallorquí-de-Solidaritat-i-Cooperació-334652428199/>
- *Google+*: adequat per aconseguir tràfic (més visites) al lloc web i a les altres xarxes socials. Conté informació bàsica de la ubicació, telèfons i horari d'atenció al públic del Fons Mallorquí.
- Memòria d'activitats i Línies d'actuació anuals. Aquests documents es presenten maquetats a la pàgina web i es poden imprimir quan sigui necessari lliurar-ne un exemplar en paper.
- Díptics o cartells: s'utilitzen per difondre actuacions o campanyes molt concretes.

	PLA DE COMUNICACIÓ	CODI	PC
		REVISIÓ	0
		DATA	7/09/2016
		PÀGINA	8 de 19

- Tramesa de correus electrònics: comunicacions de gestió; informació sobre activitats i novetats; convocatòries de reunions, actes, campanyes pròpies i d'altres entitats de l'àmbit de la cooperació i la solidaritat internacional.
- Fòrums, jornades: espais de debat i anàlisi, generalment adreçats a l'intercanvi entre experts i professionals, permeten establir nous contactes. És important preveure espais de participació.

2.4.3. Mitjans de comunicació del públic destinatari:

- Lloc web i altres xarxes socials dels ajuntaments socis: la presència de l'enllaç amb el web del Fons Mallorquí dona visibilitat i permet ampliar el públic al qual s'adrecen els missatges.
- Publicacions i butlletins dels socis: faciliten la difusió d'actes i campanyes, i permeten donar a conèixer les activitats del Fons Mallorquí a un públic al qual no és fàcil accedir per altres mitjans.

2.4.4. Mitjans de comunicació interns: permeten la transmissió d'informació, la col·laboració i l'aprenentatge mutu:

- Comunicació personal directa: ideal per a notificacions, indicacions i missatges breus i urgents, per resoldre dubtes immediats o intercanviar informació
- Correu electrònic i telèfon: útil per trametre i intercanviar informació, definir dates i convocatòries, i establir comunicació amb qui sigui fora de les oficines.
- Reunions: reunió de coordinació setmanal, reunions setmanals per àrees amb gerència, reunions puntuals quan sigui necessari i reunions periòdiques de caràcter temàtic per al seguiment de processos concrets o col·laboracions concretes. Les reunions formals generen actes.
- Cursos de formació, seminaris o intercanvis: a més a més de la formació contínua, constitueixen un espai de cohesió de l'equip, de reflexió i participació de forma alternativa i distesa.

3. EXECUCIÓ

3.1. Metodologia

Per assolir els objectius definits les accions de comunicació del Fons Mallorquí han de complir els següents criteris:

- 1.1.1. Personalització: sempre que sigui possible i convenient s'ha de privilegiar la comunicació directa, que es fonamenta en la implicació de les persones, genera sempre més credibilitat i confiança que la comunicació mitjançada. És ràpida, senzilla i no genera grans despeses.
- 1.1.2. Continuïtat i periodicitat: la comunicació amb els socis i les ONGD que executen projectes –tant del nord com del sud– és prioritària: les demandes, notificacions i resolucions s'han de gestionar com més aviat

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	9 de 19

millor. Els espais digitals s'han d'actualitzar de forma permanent per tal de mantenir l'atenció dels destinataris i respondre a les expectatives (veure Instrucció I1_PE03). El **Clic electrònic** es publica cada mes o puntualment cada dos mesos amb un mínim de dos articles per edició.

- 1.1.3. Transparència i rigor: s'ha de posar a l'abast dels grups d'interès tota la informació disponible i assequible, respectant les limitacions que estableix la legislació vigent. Els missatges s'han d'elaborar amb rigor científic, pedagògic i/o informatiu, i d'acord amb els principis recollits al **Codi ètic**.
- Donar a conèixer les interrelacions de la pobresa i plantejar solucions possibles.
 - Analitzar les realitats socials, polítiques i econòmiques que provoquen les desigualtats nord-sud, amb esperit crític envers els model de vida del nord.
 - Oferir una imatge digna de les persones del sud, com a subjectes actius del propi desenvolupament.
 - Defugir la imatge monolítica i estereotipada del sud com a víctima i del nord com a única solució.
 - Contextualitzar les informacions per articular una ciutadania crítica i activa.
- 1.1.4. Accessibilitat i pluralitat: en els actes de comunicació s'ha d'utilitzar un llenguatge accessible i adaptat a cada segment del públic, i oferir espais interactius. A més a més, la pàgina web inclou les recomanacions d'accessibilitat adoptades pel consorci W3C.
- 1.1.5. Correcció i uniformitat: tots els textos destinats a difusió pública han de sotmetre's a una revisió lingüística prèvia, per esmenar errades i unificar l'estil. Aquesta tasca correspon a la tècnica de cooperació. Igualment la gerència ha de supervisar la correcta tabulació i configuració dels textos. A la instrucció I2_PE03 es recull una selecció de criteris lingüístics i convencions gràfiques, i a la instrucció I1_PE03 els usos i estils dels espais digitals.
- 1.1.6. Creativitat i dinamisme: les accions comunicatives que no tenguin funcions estrictament reguladores s'han d'elaborar amb eines que generin valors, sorpresa, adhesió i complicitat, i utilitzant el conjunt de canals i mitjans al nostre abast.
- 1.1.7. Privacitat: en aplicació del que estableix la legislació corresponent, el Fons Mallorquí garanteix la confidencialitat de les dades de caràcter personal de què disposa o sol·licita per facilitar la comunicació. A aquest efecte té un protocol específic que recull els missatges que s'han d'incloure en aquests casos.

	PLA DE COMUNICACIÓ	CODI	PC
		REVISIÓ	0
		DATA	7/09/2016
		PÀGINA	10 de 19

3.2. Cronograma

Tot seguit es detallen les accions de comunicació habituals i la freqüència amb què es duen a terme.

ACCIÓ	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Revisió de la premsa												
Revisió del correu electrònic												
Tramesa d'informacions i convocatòries externes												
Actualització de l'agenda i actualitat Web												
Actualització de xarxes socials												
Edició i tramesa del Clic Informatiu												
Tramesa de notes de premsa*												
Convocatòria de la Comissió Executiva												
Convocatòria de l'As. General												
Edició de la Memòria d'activitats i Línies d'actuació anuals, pressupost i auditoria												
Tramesa de convocatòries i informacions pròpies												
Tramesa d'informació sobre projectes finançats**												
Reunions i visites a municipis												
Reunions de coordinació***												
Reunions de seguiment****												
Activitats de formació conjunta												

* Sempre que es realitzi una activitat que ho requereixi (vistiplot de la gerència).

** Cada vegada que es tanca un projecte.

*** Quinzenals

****Setmanals

3.3. Recursos

Econòmics

El pressupost anual del Fons Mallorquí compta amb una partida específica (Difusió) destinada a les accions de comunicació. Actualment representa l'1,30% del pressupost total de despeses.

Informàtics

El Fons Mallorquí disposa d'un lloc Web, un compte a *Facebook*, *Google Plus* i *Issuu*, un perfil a *Twitter*, i canals a *Youtube* i *Vimeo*.

Humans

Tots els representants dels socis, en especial els membres de la Comissió Executiva, i l'equip tècnic del Fons Mallorquí són agents de comunicació i transmeten determinats valors. Tanmateix la responsabilitat de les accions programades correspon a persones concretes.

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	11 de 19

La gerent és responsable de la comunicació personal amb els socis, amb les entitats i institucions estatals, i amb els mitjans de comunicació. A més a més, supervisa els continguts i presentació de la major part d'accions de comunicació.

La tècnica de Projecció exterior és responsable de la comunicació amb entitats, institucions i organismes europeus i internacionals.

La tècnica de Cooperació és responsable de la comunicació amb les ONGD i entitats; així com de la supervisió lingüística de totes les comunicacions externes.

La tècnica de l'àrea de Sensibilització és responsable de la planificació, execució, seguiment i avaluació de les accions de comunicació. El disseny i la maquetació de documents es realitzen a través d'un servei extern.

4. AVALUACIÓ

S'utilitzen sobretot dos mètodes de valoració de l'eficàcia i l'impacte: indicadors lligats als objectius plantejats i enquestes. L'anàlisi dels resultats procedents d'ambdós mecanismes constitueix la base per a l'avaluació dels resultats i l'adopció de mesures de millora.

4.1. Enquesta de comunicació externa

L'enquesta sobre la percepció dels diferents tipus de públic que reben les comunicacions del Fons Mallorquí amb relació a la qualitat de les publicacions, espais digitals i trameses per correu electrònic permet tenir una visió més clara del perfil i hàbits del públic objectiu.

A partir dels resultats de l'enquesta es pot valorar la necessitat d'introduir canvis o obrir noves vies de comunicació. La periodicitat de l'enquesta és biennal.

Les enquestes s'adrecen als socis, a les comissions solidàries, als membres de la Xarxa de centres educatius solidaris, a les ONGD i entitats, a biblioteques municipals i a persones particulars.

Els temes sobre els quals es consulta són comuns excepte en els tres primers grups, als quals s'afegiren preguntes relacionades amb la pertinença o col·laboració amb el Fons Mallorquí.

Les enquestes se centren en cinc blocs:

- Preguntes sobre la satisfacció de la informació rebuda sobre la pertinença o vincle amb el Fons Mallorquí i sobre el destí de les aportacions econòmiques que s'hi fan (només per a socis, comissions solidàries i centres de la Xarxa).
- Qüestions sobre els espais digitals.
- Preguntes sobre el Clic electrònic.
- Qüestions sobre les convocatòries trameses per correu electrònic.



4.2. Resultats i indicadors

RESULTAT	INDICADOR	FREQÜÈNCIA	RESPONSABLE	VERIFICACIÓ
S'ha donat a conèixer el Fons Mallorquí i les activitats que du a terme	Nombre de visites a la pàgina web	Anual	Tècn. Sensibilització	Registre d'accessos
	Aparició en mitjans de comunicació	Anual	Tècn. Sensibilització	Arxiu de premsa i registre de notes de premsa
	Nombre de seguidors de <i>Facebook</i>	Anual	Tècn. Sensibilització	Registre de seguidors
	Nombre de seguidors de les campanyes a Twitter	Anual	Tècn. Sensibilització	Registre de seguidors
	Nombre de webs de socis amb enllaç al web del Fons Mallorquí	Anual	Tècn. Sensibilització	Registre d'enllaços al web del Fons Mallorquí
	Nombre de Clics electrònics editats	Anual	Tècnica de Sensibilització	Registre de Clics editats
	Nombre d'entrades a l'Agenda respecte d'activitats realitzades	Anual	Tècnica de Sensibilització	Registre d'entrades de l'agenda
	Vídeos realitzats	Triennal	Tècnica de Sensibilització	Vídeo publicat al web
Jornades o fòrums realitzats	Triennal	Gerència	Informe d'avaluació	
S'ha incrementat la participació a les activitats realitzades	Nombre d'assistents	Anual	Tècnica de Sensibilització	Fulls d'avaluació de les activitats
S'ha augmentat el suport a les accions del Fons Mallorquí	Aportacions econòmiques dels socis	Anual	Gerència	Assentament comptable
	Aportacions de col·laboradors o patrocinadors			Full de compromís anual
S'ha exercit la transparència i rendició de comptes	Publicació de la memòria, línies d'actuació, pressupost, auditoria i aportacions dels socis	Anual	Tècnica de Sensibilització	Apartats Fons, Què feim i Cooperació de la pàgina web
S'han coordinat els esforços, tasques i projectes que es duen a terme	Reunions de coordinació quinzenals de l'equip realitzades	Anual	Tècnica de Projecció exterior	Acta d'assistència i acords presos
	Reunions setmanals de seguiment realitzades	Anual	Gerència	Anotacions d'agenda
S'ha fomentat la cohesió de l'equip tècnic	Activitats de formació conjunta realitzats i grau de satisfacció	Anual	Gerència	Fulls d'avaluació

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	13 de 19

5. OBJECTIUS ESTRATÈGICS 2015-2016

Objectius de millora:

1. Generar nous canals de difusió i promoció d'activitats. Accions: reunions amb representants i grups locals.
2. Adequar les eines actuals a les noves prioritats. Accions:
 - actualitzar les prestacions i continguts del lloc web; i dinamitzar el lloc web i el Clic amb elements de participació (bústia de suggeriments, espais d'opinió);
 - comprovar que el Perfil institucional de Facebook del Fons Mallorquí és seguit pels Ajuntaments socis, les escoles de la Xarxa i les ONGD col·laboradores;
 - crear el compte Google+ per tal d'incorporar l'eina "Google Analytics" al lloc del web dels Fons Mallorquí i poder comprovar l'impacte real de les publicacions;
 - sol·licitar l'adhesió a la xarxa social alternativa Diàspora i fomentar-ne l'ús entre els socis i col·laboradors del Fons Mallorquí.
3. Fer més rendible el pressupost destinat a comunicació. Accions: reducció del nombre de publicacions en suport paper.
4. Incrementar la presència als mitjans de comunicació locals. Accions: revisar la base de dades de comunicació i identificar els interlocutors adequats per establir una relació fluïda.

6. ANNEXOS

Annex 1. Informe sobre els resultats de l'enquesta sobre qualitat de la comunicació

Data: 10/03/2015

ENQUESTA

L'enquesta es va dissenyar amb la intenció de valorar la percepció dels diferents tipus de públic que reben les comunicacions del Fons Mallorquí sobre la qualitat de les publicacions, espais digitals i trameses per correu electrònic.

Les enquestes s'adreçaren als socis, a les comissions solidàries, als membres de la Xarxa de centres educatius solidaris, a les ONGD i entitats, a biblioteques municipals i a persones particulars.

Els temes sobre els quals es consultà foren comuns excepte en els tres primers grups, als quals s'afegiren preguntes relacionades amb la pertinença o col·laboració amb el Fons Mallorquí (s'adjunten els models d'enquesta per a cada grup d'interès).

Les enquestes se centraren en cinc blocs:

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	14 de 19

- Preguntes sobre la satisfacció de la informació rebuda sobre la pertinença o vincle amb el Fons Mallorquí i sobre el destí de les aportacions econòmiques que s'hi fan (només per a socis, comissions solidàries i centres de la Xarxa).
- Qüestions sobre els espais digitals.
- Preguntes sobre el Clic electrònic.
- Qüestions sobre les convocatòries trameses per correu electrònic.
- Preguntes sobre el butlletí de l'Assemblea General

Les enquestes es trameteren per correu electrònic el 3 i l'11 de febrer i el termini per retornar-les es fixà en el 28 de febrer. Es va fer un recordatori el 18 de febrer.

PARTICIPACIÓ

La participació en general ha estat molt baixa, amb una mitjana del **13%**. Per grups d'interès, els menys participatius han estat els de persones i entitats, amb un 4%, però qualitativament destaca la minsa participació dels socis, amb 4 respostes rebudes de 57 socis, que situa el percentatge en un 7%. Les comissions de solidaritat i els centres de la Xarxa han estat els més participatius, amb prop del 40%.

RESPOSTES

Al bloc corresponent a la satisfacció sobre la recepció d'informació relacionada amb les funcions del Fons Mallorquí i el que implica formar-ne part o col·laborar-hi, el **100%** dels enquestats ha respost que és suficient.

Respecte a la informació que reben els socis i col·laboradors sobre el projecte al qual donen suport amb una aportació econòmica, el **60%** dels enquestats la considera clara i completa amb la màxima puntuació (5/5), i el **47%** valora amb la màxima puntuació l'adequació del format. Cal assenyalar que cap enquestat valora aquests apartats per sota del 3 (3/5).

Pel que fa a les preferències a l'hora de rebre aquest tipus d'informació, el **73%** dels participants atorga la màxima puntuació a la tramesa per correu postal o electrònic, seguit pel **53%** que valora amb preferència la consulta a la pàgina web del Fons Mallorquí. Destaca la baixa valoració donada a la possibilitat d'oferir aquesta informació a través d'una entrevista personal o reunió en grup.

Quant al coneixement dels espais digitals, el **97%** manifesta conèixer el Web, prop del 50% el Facebook, i només el 5% el perfil a Twitter. Sobre la freqüència de consulta d'aquests espais, el **38%** hi accedeix cada mes, i el **35%** tres o quatre cops l'any. Sobre els continguts, totes les qualitats consultades (interessants, clars, complets) reben en el 70%-80% de les enquestes les màximes puntuacions (4 o 5 sobre 5); l'adequació del format i la facilitat d'accés i agilitat de consulta són valorades també en més del 70% dels casos amb les puntuacions més elevades. Només un participant proposa més concreció sobre informacions, dades, agents i accions.

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	15 de 19

A l'apartat corresponent al Clic electrònic, el **57%** dels enquestats manifesten que llegeixen els articles que troben interessants, però només en el 24% dels casos es reenvia a altres entitats o particulars. Pel que fa als continguts, entre el 62% i el 73% dels participants atorguen les dues màximes puntuacions (4 i 5 sobre 5) a tots els criteris consultats (informació interessant, clara, completa; adequació de la freqüència i el format). Quant a temes que se suggereix tractar, un participant demana més recursos didàctics, així com eines per involucrar els docents en les comissions solidàries dels centres educatius.

Sobre les convocatòries d'activitats i ofertes de recursos del Fons Mallorquí, més del **97%** dels participants els llegeix, a continuació o bé arxiva allò que troba interessant, o en fa difusió.

Al darrer bloc, referent al butlletí que cada any s'edita amb la documentació aprovada a l'Assemblea General anual, el **41%** de les respostes manifesta que el fulleja, mentre que només el 16% el llegeix i el 19% el consulta ocasionalment. Quant als continguts, entre el 65% i el 68% dels participants dóna una puntuació de 4 o 5 sobre 5 a la valoració dels continguts i del format. Destaca que cap enquestat valora aquests apartats per sota del 3 (3/5).

CONCLUSIONS

1. És preocupant la baixa participació en l'enquesta, tot i que s'emmarca en la tònica habitual.
2. La unanimitat dels participants en la satisfacció sobre la informació que reben dels projectes als quals donen suport amb una aportació econòmica és positiva, per tant s'hauria de mantenir, però caldria articular mecanismes perquè aquesta informació arribàs a la ciutadania.
3. El coneixement dels espais digitals és molt elevat, sobretot en el cas de la pàgina web, i la freqüència de consulta és prou bona, la qual cosa en fa un canal de comunicació important. Cal valorar que s'ha de fer amb el perfil a Twitter, que és el gran desconegut.
4. El fet que la qualitat dels continguts dels espais digitals sigui molt ben valorada (interessants, clars, complets, adequats quant a format, fàcils d'accedir-hi) s'ha de tenir en compte a l'hora de modificar el web i elaborar els nous continguts.
5. El Clic electrònic rep una molt bona valoració, tant pel que fa a continguts com a format, de manera que cal continuar potenciant-lo, però l'índex de reenviaments no és molt elevat. Cal trobar mecanismes per incrementar-ne la difusió.
6. També la tramesa de convocatòries i informació sobre activitats té molt bona acollida, però convé ampliar els àmbits als quals arriba.
7. El butlletí de l'Assemblea és la publicació menys llegida, tot i que més del 60% dels participants troba que la qualitat de les informacions i el format són molt satisfactoris. Caldria cercar canals alternatius per trametre la informació de forma més atractiva.

	PLA DE COMUNICACIÓ	CODI	PC
		REVISIÓ	0
		DATA	7/09/2016
		PÀGINA	16 de 19

Annex 2. Identitat visual corporativa

2.1. Models de papereria



Targetes de presentació

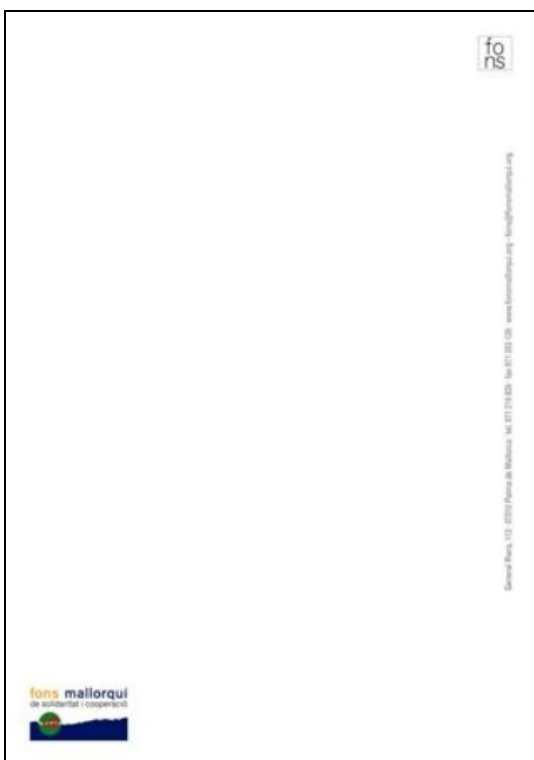


Sobre blanc americà

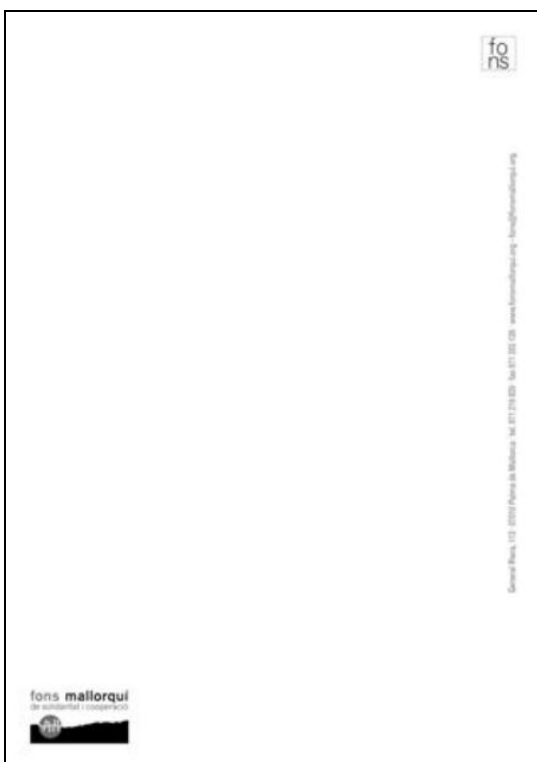


Sobre Kraft

	PLA DE COMUNICACIÓ		CODI	PC
			REVISIÓ	0
			DATA	7/09/2016
			PÀGINA	17 de 19



Paper de carta amb logotip en color



Paper de carta amb logotip en blanc i negre

	PLA DE COMUNICACIÓ	CODI	PC
		REVISIÓ	0
		DATA	7/09/2016
		PÀGINA	18 de 19



Carpeta

2.2. Model de signatura als missatges de correu electrònic

--

FONS MALLORQUÍ DE SOLIDARITAT I COOPERACIÓ

General Riera, 113 - 07010 Palma

Tel.: 971 219 820

Web: www.fonsmallorqui.org

fons mallorquí
de solidaritat i cooperació



Aquest missatge, i els documents adjunts que hi pugui haver, poden contenir informació confidencial i per a ús exclusiu de les persones a qui s'adreça. Si no sou la persona destinatària i l'heu rebut per error, us demanam que ens ho notifiqueu immediatament amb l'objectiu d'evitar altres incidències en el futur i, també, que l'elimineu juntament amb els documents adjunts, atès que està prohibit qualsevol ús, divulgació, distribució i/o reproducció total o parcial d'aquesta comunicació. Gràcies per la vostra col·laboració.



CODI	PC
REVISIÓ	0
DATA	7/09/2016
PÀGINA	19 de 19

2.3. Rètol de vinil

fons mallorquí
de solidaritat i cooperació



2.4. Colors corporatius

