

# PLA ESTRATÈGIC DE COMUNICACIÓ

2021 - 2024



ASSOCIACIÓ JUVENIL SARAU DE TERRASSA | SALESIANES

# ÍNDIX



1. PRESENTACIÓ I JUSTIFICACIÓ.....	2
2. ANÀLISI DE LA REALITAT .....	3
3. OBJECTIU GENERAL I ESPECÍFICS .....	5
4. PROGRAMACIÓ .....	6
5. AVALUACIÓ.....	9

# 1. PRESENTACIÓ I JUSTIFICACIÓ



El present *Pla Estratègic de Comunicació*, elaborat a principis del 2021, pretén servir de base per integrar, de manera estructurada i eficaç, la cultura comunicativa de l'Associació Juvenil Sarau de Terrassa. Un instrument de planificació, programació i gestió que ens ajudi a expressar-nos i donar coherència a la nostra identitat i forma de comunicar-nos.

Es tracta d'un document elaborat en base al *Plan de comunicació. Salesianas España y Portugal*, que la nostra inspecció salesiana ens ha facilitat, tenint en compte les exigències de una missió educativa que ha de ser cada cop més *educomunicativa*.

Aquest document va dirigit als nostres usuaris, educadors i educadores i altres persones que estiguin interessades en conèixer-nos una mica més.

Com a entitat, valorem molt el fet de poder-se comunicar correctament i transmetre la informació de manera directa, tant interna com externament. Actualment, en aquest món tan canviant, la comunicació pren un paper fonamental. La nostra societat ha evolucionat molt, des d'una comunicació oral, escrita i, ara fins i tot, digital. Les relacions online es multipliquen mentre que el contacte cara a cara tendeix a distanciar-se.

Per això, entenem la comunicació com el mode de veure el món i les xarxes socials; que permet elaborar el nostre pensament i relació amb els altres. Tal com deia Maria Mazzarello: "La comunicació es sinónimo de entrega y de intercambio, de respeto y de entrega".

D'aquesta manera, en aquest document s'exposen objectius en referència a la comunicació interna i externa de l'associació.

# 2. ANÀLISI DE LA REALITAT



L'Associació Juvenil Sarau o Preju Sarau se situa al barri de la Maurina, al districte quart de la ciutat de Terrassa. Aquest barri confronta amb altres com el Roc Blanc i Ca N'Aurell.

Les comunicacions amb la resta de la ciutat són bones degut a que existeix una línia d'autobusos que en horari diürn funciona amb regularitat. A més, tot i que el barri es troba a la perifèria de la ciutat, el centre es troba entre deu i quinze minuts caminant del centre de la ciutat on es troben tots els serveis bàsics i llocs d'interès cultural.

A la Maurina existeixen diferents nuclis de petit comerç format per diversos establiments que cobreixen les necessitats bàsiques de la població del barri. El carrer Núria és la via més comercial, on es troba una de les portes d'accés al Preju Sarau. Cal dir que existeix varietat cultural en l'oferta d'establiments i comerços.

L'edat mitjana del barri ha baixat respecte a la dècada dels 80 i 90 a causa de l'arribada de població immigrant procedent, majoritàriament, del Marroc i Amèrica Llatina.

La composició de la família del barri generalment s'estableix en un únic nucli familiar, encara que podem trobar famílies monoparentals. Actualment, també existeixen diverses unitats familiars formades per més d'una generació, degut a la crisi econòmica que ha travessat el país en els darrers anys. A trets generals, l'economia familiar d'aquest barri és de nivell mitjà-baix. El nivell formatiu dels pares acostuma a ser bàsic, a més, existeixen focus d'analfabetisme que dificulten la inserció al món laboral, ja que només poden accedir a llocs de treball poc especialitzats.

Pel que fa als habitatges, són de caire estables. Es van construir a causa del creixement demogràfic i econòmic del barri. Actualment, la Maurina es compon per diversos tipus d'habitatges de diferents nivells socio-econòmics, relacionats amb el nivell de vida dels seus habitants: cases antigues d'autoconstrucció, blocs de pisos i cases unifamiliars.

El nivell socioeconòmic de les famílies dels destinataris del centre és baix. Això es deu al nivell d'ocupació laboral i estudis, tal com he mencionat prèviament. Tanmateix, existeix diversitat cultural degut a la presència de diferents religions i/o cultures que conviuen al barri.

Hi ha una part d'infants i joves que es mantenen des de que van començar a venir quan eren més petits, tot i que hi ha destinataris que no porten gaire temps al nostre centre fruit de les amistats que fan a l'àmbit exterior; per tant, l'antiguitat d'aquests és variada.

Pel que fa a les famílies dels nostres usuaris, algunes d'elles participen activament tot i que hi ha un gran gruix que es mantenen al marge en moltes de les activitats que volem impulsar com a centre. En general la comunicació que mantenim és bona, ja que ens posem en contacte amb elles una a una a través del canal habitual.

# 3. OBJECTIU GENERAL I ESPECÍFICS



Amb la finalitat de garantir l'eficàcia i qualitat de la comunicació de la nostra entitat i consolidar la nostra identitat, valors i missió educativa que defensem els plantejem un objectiu general:

- Estructurar la comunicació de l'associació de manera que es reforci la nostra identitat i proposta educativa.

Per abordar-lo, ens plantejem objectius específics:

1. Mantenir informades a les famílies sobre les novetats i el funcionament de l'entitat, mitjançant el canal habitual.
2. Transmetre el model pedagògic i identitat en la qual es basa l'associació a les noves incorporacions (monitors i monitores), usuaris i famílies (a través de les activitats proposades).
3. Promoure la comunicació entre tots els membres de l'entitat.
4. Potenciar nous canals de comunicació amb l'equip educatiu, usuaris o destinataris/es i famílies.
5. Millorar les relacions amb altres entitats i parts de la comunitat educativa de les Salesianes de Terrassa.

# 4. PROGRAMACIÓ



A partir de l'anàlisi de la realitat i la concreció d'objectius, es proposa una programació a seguir durant el període en què el pla és vigent.

DIMENSIÓ	OBJ. ESPEC.	INTERVENCIIONS	DESTINATARIS/ES	CANALS	CALENDARI	RESPONSABLES	INDICADORS DE AVALUACIÓ
Informació	1	1.1. Enviar un comunicat a les famílies envers a les novetats de funcionament canviants.	Famílies dels usuaris/destinataris i destinatàries.	WhatsApp de l'entitat	Cada vegada que la normativa o funcionament canviï.	Junta Directiva	1.1. S'ha enviat un comunicat cada vegada que la normativa ha canviat.
Animació	2	2.1. Fer formacions per a les noves incorporacions (monitors/es), envers a la identitat salesiana.	Noves incorporacions	Presencialitat	Mitjans de novembre i mitjans de març	Junta Directiva	2.1. S'han fet dues formacions per a les noves incorporacions durant el curs, com a mínim, envers a la identitat salesiana.
		2.2. Programar activitats pels infants relaciones amb la identitat salesiana.	Infants usuaris o destinataris/es	Presencialitat	Una activitat cada trimestre. Activitats extres:	Equip Directiu i equip educatiu	2.2. S'han portat a terme, almenys, una activitat cada trimestre

		2.3. Donar a conèixer la figura de Don Bosco i Maria Mazzarello a través d'activitats, que resultin atractives pels infants.			gener (Don Bosco) i maig (Maria Mazzarello).		relacionada amb alguns trets de la identitat salesiana.  2.3. S'han impulsat activitats relacionades amb la figura de Don Bosco i Maín envers la identitat salesiana.
Gestió	3	3.1. Programar formacions i actuacions específiques de sensibilització sobre la necessitat de potenciar la comunicació entre tots els membres de l'equip educatiu.	Equip educatiu	Presencialitat	Es preveu fer la formació en març de 2022.	Junta Directiva	3.1. S'ha portat a terme una formació de sensibilització sobre la necessitat de la comunicació, almenys una durant el període en què és vigent el Pla Estratègic de Comunicació.
	4	4.1. Afegir un nou punt a tractar en les reunions d'equip envers a nous	Equip educatiu	Presencialitat	Tres reunions durant cada trimestre	Director/a i equip educatiu	4.1. S'han tractat els nous canals de comunicació a tres



		<p>canals de comunicació que descobrim.</p> <p>4.2. Fer ús dels nous canals de comunicació que es proposin.</p>					<p>reunions durant cada trimestre, com a mínim.</p> <p>4.2. S'han incorporat els nous canals de comunicació en la vida quotidiana del centre.</p>
Producció	5	<p>5.1. Assistir a les reunions de la comissió: "El pati que somiem".</p> <p>5.2. Impulsar noves activitats obertes a tots els membres de la comunitat educativa.</p>	Membres de la comunitat educativa.	Presencialitat	Dues activitats durant el curs escolar.	Equip directiu de l'escola i Junta Directiva.	<p>5.1. S'ha assistit a totes les reunions de la comissió: "El pati que somiem".</p> <p>5.2. S'han impulsat almenys dues activitats durant el curs, obertes a tota la comunitat educativa.</p>

# 5. AVALUACIÓ



El Pla Estratègic de Comunicació perd sentit sense la seva avaluació. És la part més important per trobar sentit a totes les accions que s'han portat a terme i saber si s'han assolit els objectius plantejats.

Aquest pla s'avalua cada curs, malgrat que sigui vigent fins juny de l'any 2024, amb vigència de tres anys des de la seva aprovació. D'aquesta manera, amb l'avaluació anual es podrà fer un seguiment més exhaustiu de les actuacions que s'han realitzat i complert.

Per avaluar-lo es farà ús dels indicadors exposats en l'apartat anterior i s'analitzarà cada objectiu i el seu grau d'assoliment, expressat en percentatge.