

Estrategia de Comunicación

Hacia la Transformación Social



En MISIONES SALESIANAS utilizamos la comunicación como herramienta para promover cambios de valores y actitudes en la sociedad que generen el compromiso solidario de las personas para avanzar hacia la construcción de una sociedad más justa, inclusiva e igualitaria.

Quien no comunica no existe

La comunicación, además, es fundamental para construir una imagen de nuestra organización, elaborar una reputación social y una identidad.

En respuesta a un Plan Estratégico

La estrategia de COMUNICACIÓN responde a los ejes del Plan Estratégico 2020-2022 de MISIONES SALESIANAS

Eje Transformación social

Eje Institucional

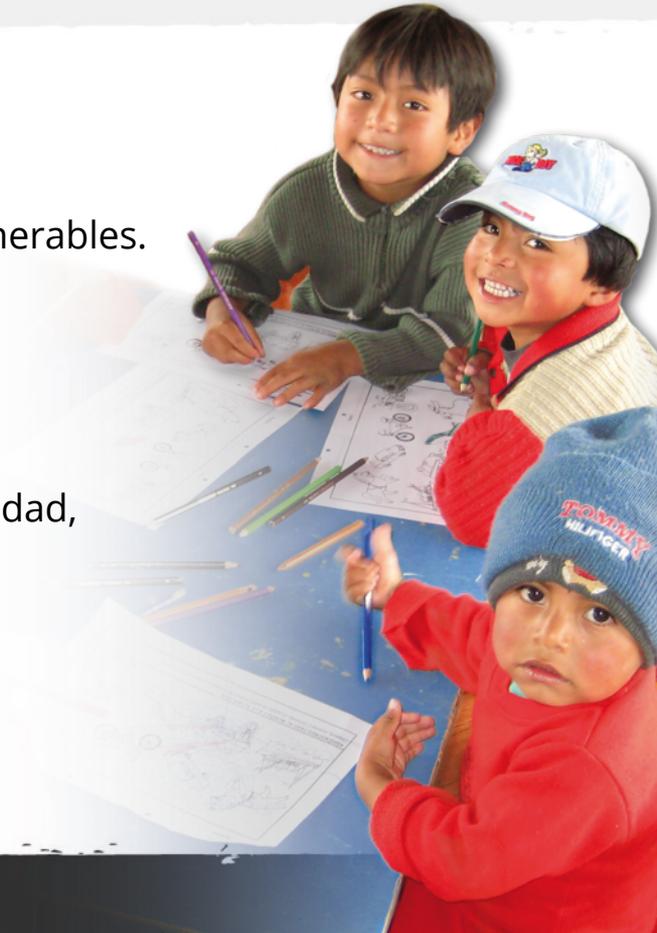
Eje Cuidado de las personas

Teniendo en cuenta las siguientes claves

- ✓ Positividad, objetividad y transparencia.
- ✓ Enfoque de Valores Cristianos y Derechos Humanos.
- ✓ Transmisión de información diferenciada y relevante.
- ✓ Favorecer el intercambio de proyectos e iniciativas.

Sin olvidar las claves salesianas

- ✓ Al servicio de la infancia y la juventud, sobre todo los más vulnerables.
- ✓ Compromiso con la educación.
- ✓ Animación misionera y pastoral.
- ✓ Ética, alegría, optimismo, sentido práctico, creatividad, flexibilidad, trabajo y templanza.
- ✓ Interdisciplinariedad, Coordinación y Trabajo en Red.



Los objetivos de comunicar (I)

1. Difundir el trabajo, la misión y los valores de MISIONES SALESIANAS.
2. Denunciar la situación de pobreza y desigualdad que viven millones de personas.
3. Consolidarnos como una fuente de información fiable con especial atención a las temáticas de infancia, juventud y educación.

Los objetivos de comunicar (II)

4. Mejorar la comunicación y la participación en los foros salesianos para dar a conocer el trabajo de MS y la animación misionera.
5. Comenzar a trabajar en redes y foros del Tercer Sector para dar a conocer la labor de MS y su compromiso con la infancia, la juventud, la educación, el medio ambiente y la lucha contra la pobreza.
6. Fortalecer la coordinación de los equipos y establecer una cultura organizativa orientada al cuidado de las personas.

A quién comunicar

Eje Transformación
Social y fidelización

1. Base Social de MS

2. Sociedad en General

3. Medios de comunicación

4. Empresas → Eje Institucional

5. Equipo MS → Eje Cuidado de las personas

Nuestras Principales Herramientas

1. Base Social
 2. Sociedad en General
 3. Medios de comunicación
 4. Empresas
 5. Equipo MS
- Revista MS, Memoria Anual, Msnews, Web, Redes Sociales y eventos.
- Comunicados y notas de prensa, entrevistas, artículos de expertos, RRSS, eventos, participación en foros de debate, participación en redes...
- Participación en foros empresariales y eventos.
- Plan de Comunicación Interna y newsletter.

Transformación Social y Fidelización (I)

Revista MS

Objetivo: Sensibilizar sobre las causas de la pobreza y la necesidad de protección de los niños, niñas y jóvenes más vulnerables, dar a conocer el trabajo misionero salesiano y fidelizar a la base social de MS a través del conocimiento de los resultados que se consiguen gracias a sus donaciones.

Actividades:

Se realizan cuatro números al año. Se envían a la base social, se publica en la web y se difunde en las redes sociales.

Calendario:

Febrero, abril, septiembre y noviembre.



Transformación Social y Fidelización (II)

Memoria Anual

Objetivo: Ser un instrumento de transparencia y rendición de cuentas a la sociedad en general, además de fidelizar a través del conocimiento de los resultados que se consiguen gracias a las donaciones de nuestra Base Social.

Actividades:

Se realiza un número al año. Se envían a la base social, se publica en la web y se difunde en las redes sociales.

Calendario:

Abril



Transformación Social y Fidelización (III)

MSNews

Objetivo:

Difundir el trabajo de Misiones Salesianas y sensibilizar sobre las causas de la pobreza y la desigualdad, sobre todo enfocados en cómo repercute en los niños, niñas y jóvenes más vulnerables.

Actividades:

Se envía a la base social y se difunde en las redes sociales.

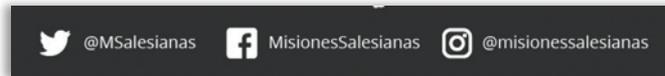
Duración: Todo el año

Contenidos Digitales

Actividades:

Publicación de noticias, proyectos, seguimiento en redes .

Duración: Todo el año



Transformación Social

Notas de Prensa, Entrevistas y Artículos de Opinión

Objetivo:

Sensibilizar sobre las causas de la pobreza y la desigualdades y dar a conocer la respuesta salesiana.

Públicos:

Periodistas, actores de creación de opinión pública.

Duración:

todo el año según programación y situaciones.

NOTA DE PRENSA

La infancia, más pobre y más hambrienta por el coronavirus

EN EL DÍA UNIVERSAL DE LA INFANCIA, DESDE MISIONES SALESIANAS PEDIMOS QUE LOS NIÑOS Y NIÑAS SEAN UNA PRIORIDAD



"Mi abuela se contagió de coronavirus, mis padres han perdido su trabajo. La vida se ha vuelto mucho más difícil", dice Jordan desde Cape Town, Sudáfrica. Neena, que vive en Kerala, India, se encuentra confundida y triste "sin poder salir de casa, sin ir a la escuela, sin poder jugar con mis amigos". Mwaka, desde el asentamiento de refugiados de Palabek, en Uganda, explica que "antes de la pandemia iba a la escuela, ahora tengo que hacerme cargo de mis hermanos pequeños mientras mi madre sale a buscar comida para nosotros". Son los testimonios de niños y niñas que han dejado de soñar y de tener oportunidades de futuro a causa de la pandemia.

"Mañana conmemoramos el Día Universal de la Infancia y hay que reflexionar sobre el modo en que los niños y niñas han sido tratados en este tiempo", señala Eusebio Muñoz, director de MISIONES SALESIANAS. La pandemia ha hecho retroceder años de esfuerzos y de avance en la defensa de los derechos de los menores. "El coronavirus

Transformación Social

Participación en espacios de debate y organización de eventos

Objetivo:

Dar a conocer el trabajo misionero, sensibilizar sobre las causas de la pobreza y la necesidad de protección de los menores más vulnerables y trabajar en la educación en valores.

Actividades: charlas, conferencias, coloquios... a propuesta nuestra de colegios y universidades o bien presentaciones y encuentros organizados por nosotros para dar a conocer nuestras acciones y conseguir apoyos para nuestra misión.

Públicos: Periodistas, actores de creación de opinión pública, sociedad general.

Duración:

todo el año según programación y situaciones.

Transformación Social e Insitucional

Foro Don Bosco Empresas

El equipo de Comunicación dará cobertura a este evento con el fin de difundir el valor que aportan las empresas que colaboran con nosotros a la consecución de nuestra misión.



Programa 'Embajadores MS'

El equipo de Comunicación colaborará con el programa para difundir la importancia de la colaboración de estas empresas 'embajadoras' en el apoyo a los niños, niñas y jóvenes más vulnerables.



Cuidado de las Personas (I)

Punto de Encuentro

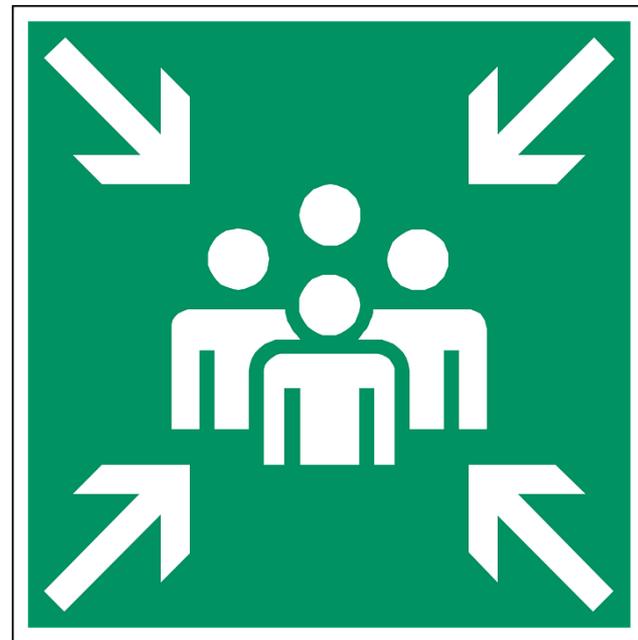
Objetivo:

Que el equipo de Misiones Salesianas tenga información suficiente sobre el trabajo que estamos realizando. Favorecer la coordinación y la fluidez de la información en toda la organización.

Actividades: envío de la newsletter.

Públicos: Trabajadores en sede central, sedes regionales y personal expatriado.

Duración: todo el año.



Cuidado de las Personas (II)

Plan de Comunicación Interna

Objetivo:

Trabajo conjunto de Comunicación y el Departamento de Cuidado de las Personas (RRHH) orientado a fortalecer la coordinación de los equipos y a establecer una 'nueva' cultura organizativa orientada al cuidado de las personas.

Actividades: Propias del Plan Interno.

Públicos: Trabajadores en sede central, sedes regionales y personal expatriado.

Duración: todo el año.



**Quien no
comunica
no existe**

