Nº Reg. N. Asoc. 51175.
Declarada U.P Orden 02 /11/01

Cód: F04PE02 F. aprb: 10/10/13 Rev: 03

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

ELABORA	REVISA	APRUEBA	FECHA DEL DOCUMENTO	FECHA DE REVISIÓN
CAS	Comité de calidad	Junta directiva	28/05/2022	16/06/2025

Nº Reg. N. Asoc. 51175.
Declarada U.P Orden 02 /11/01

Cód: F04PE02 F. aprb: 10/10/13 Rev: 03

CONTENIDOS

1. JUSTIFICACIÓN

2. PROPÓSITO, MISIÓN, VISIÓN, VALORES

3. RESULTADOS PLAN ESTRATÉGICO 2019-2023

4. EJES ESTRATÉGICOS

5. ANÁLISIS DAFO y ANÁLISIS CAME

6. OBJETIVOS, ACTIVIDADES, INDICADORES Y METAS.

7. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

8. CALENDARIO

1. JUSTIFICACIÓN

En CAS, donde la coordinación, el apoyo mutuo, la dinamización territorial y el asesoramiento se construyen desde el encuentro, la confianza y la autonomía, contar con un plan de comunicación estructurado no es una opción, sino una necesidad estratégica. La comunicación, entendida desde un enfoque horizontal, ético y transformador, es una herramienta clave para sostener y fortalecer los vínculos entre los colectivos que conforman la red y para proyectar hacia fuera nuestra voz colectiva, nuestras reivindicaciones y nuestras propuestas de cambio.

Los Planes de Comunicación Interna y Externa nacen como respuesta al compromiso de CAS con la mejora continua, con la búsqueda de soluciones innovadoras y con la consolidación de una red sólida, viva y coherente. Una red en la que el compromiso con las personas y los territorios, la solidaridad activa entre colectivos, la transparencia en la gestión, la igualdad de oportunidades, la mirada creativa e innovadora y el sentido de identidad compartida no solo son valores enunciados, sino principios que orientan nuestra acción cotidiana.

Desde la comunicación interna, este plan pretende favorecer una relación más fluida y cercana entre los colectivos, promoviendo la participación, el intercambio de conocimientos, la generación de confianza y la mejora de los canales de coordinación. Fortalecer la comunicación interna implica fortalecer el tejido humano de la red, mejorar la gestión de los recursos compartidos y garantizar que todas las voces tengan un espacio para expresarse y contribuir.

Este documento recoge las líneas estratégicas, objetivos, actividades, indicadores, canales, herramientas y mecanismos de evaluación necesarios para construir una comunicación coherente con nuestros principios, adaptada a nuestros contextos y útil para avanzar hacia la visión compartida de una sociedad más justa, humana e inclusiva. Porque comunicar bien no es solo contar lo que hacemos, sino hacer red, sumar fuerzas y transformar realidades.

2. PROPÓSITO, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

PROPÓSITO: Conseguir una red de entidades de acción sostenibles y solidarias que luchen por impulsar el desarrollo comunitario.

MISIÓN: Red de asociaciones creada para coordinar, apoyar, dinamizar, informar y asesorar las actuaciones de los distintos grupos que constituyen CAS, desde el encuentro y la confianza, generando y buscando los recursos necesarios que garanticen la autonomía y sostenibilidad de la red.

VISIÓN: Ser una red de referencia en la búsqueda de soluciones innovadoras y transformadoras en el desarrollo de la comunidad y de las personas, especialmente de aquellos grupos sociales y espacios empobrecidos, promoviendo alianzas para mejorar nuestras acciones y nuestro compromiso social, actuando con autonomía, independencia y de forma reivindicativa.

VALORES:

- Compromiso: con las personas y la realidad en la que vivimos. Promovemos que los colectivos asociados sean actores directos del propio desarrollo de cada territorio siendo coherentes con nuestra forma de pensar y actuar.
- Solidaridad: la solidaridad es una de nuestras razones de ser. Practicamos el apoyo necesario a cualquier colectivo de CAS. Solidaridad con otros colectivos que, respondiendo a los principios de CAS, demanden colaboración para sumar y fortalecer las reivindicaciones por la consecución de una sociedad más justa, más humana e igualitaria.
- Transparencia: la claridad en la gestión de recursos y decisiones, así como en el acceso a la información y a todos los medios disponibles en CAS por parte de todos los colectivos pertenecientes a CAS.
- Igualdad: defendemos la justicia social y actuamos contra cualquier tipo de discriminación. Trabajamos para la construcción de una sociedad en la que toda persona tenga garantizado el derecho a la plena ciudadanía.
- Innovación: una manera diferente de mirar la realidad, buscando nuevas soluciones a los problemas.
- Identidad: sentido de pertenencia a un colectivo, a un territorio, a una cultura en constante transformación con capacidad para integrarnos con personas de diferentes orígenes y culturas.

3. RESULTADOS PLAN ESTRATÉGICO 2019-2023

Los planes estratégicos anteriores nos ayudaron a identificar áreas clave como la comunicación, la formación, la gestión de recursos y, sobre todo, la transformación social, que constituye el eje transversal que da sentido a todo lo que hacemos. Estos aprendizajes nos han permitido crecer y adaptarnos, siempre con la mirada puesta en mejorar la vida de las personas y comunidades con las que trabajamos.

El Plan Estratégico vigente para el periodo 2024-2027 y aprobado en Asamblea General Ordinaria en 2025 se ha ido gestando en los últimos años a partir de evaluaciones, encuestas, encuentros, jornadas y muchas conversaciones entre entidades, grupos y personas que forman parte de CAS. Hemos querido que este proceso sea, además de técnico, profundamente humano: una oportunidad para "resintonizar" con nuestras emociones, motivaciones y objetivos comunes.

El anterior Plan Estratégico 2019-2023 de CAS recogía acciones para tres ejes:

1. Formación y reivindicación para la transformación social.
2. Comunicación para la transformación social.
3. Gestión de recursos para la transformación social.

El Comité de calidad ha sido el responsable de hacer la medición de indicadores 2024 y de la comparativa con los años anteriores. También se ha encargado de realizar las encuestas de satisfacción a entidades asociadas, personas trabajadoras y voluntarias y colaboradores externos y de analizar los resultados. Los resultados estratégicos obtenidos en el Plan anterior han puesto de manifiesto la mejora alcanzada en estos 4 últimos años, de los cuales destacamos los relacionados con la Comunicación:

- Dar respuestas alternativas y creativas a las necesidades sentidas. Media del 88.9%, incrementando respecto al 86% del periodo anterior.
- Fortalecer la acción transformadora. 1036 reuniones de los grupos de intercambio y respuestas creativas de CAS (Grupos de conocimiento o trabajo), frente a las 506 del periodo anterior.
- Liderar propuestas reivindicativas en favor de los derechos sociales de las personas, colectivos y territorios. 23 reivindicaciones frente a 13 reivindicaciones realizadas en el periodo anterior.
- Incrementar la pertenencia a Colectivos de Acción Solidaria. Participan una media de 95% de entidades en los grupos y el 86% en la revista, algo menos que en el periodo anterior que participaron el 100% porque hay dos entidades que están en un momento de reflexión sobre su pertenencia a CAS. El NPS de las entidades asociadas alcanza el

39,25% de media anual con variaciones anuales que hemos analizado y a las que se están incorporando mediadas de corrección.

- Favorecer la visibilidad de Colectivos de Acción Solidaria, CAS. El incremento medio de seguidores en RRSS es del 17,82% frente al 9.25% del periodo anterior. Hemos conseguido 62.355 visitas a la Web, frente a 44.139 visitas del periodo anterior. Hemos participado activamente en 78 eventos externos, en los tres años del periodo anterior participamos en 50 eventos externos.

La elaboración del Plan Estratégico de CAS ha sido fruto de un proceso participativo, reflexivo y colectivo, asentado en el recorrido reciente de la organización y en su compromiso con la mejora continua. Se ha construido a partir de evaluaciones internas, encuestas de satisfacción, jornadas de trabajo, espacios de conversación informales y formales, y dinámicas participativas desarrolladas con las entidades miembro y personas voluntarias de CAS.

El punto de partida han sido las aportaciones recogidas en actividades previas, como la Asamblea General Ordinaria (AGO) de 2022 ("Mirándonos a la cara"), la jornada de noviembre de ese mismo año centrada en el relevo generacional y los proyectos estatales, y la AGO de 2023 ("Resintonizando CAS"). Asimismo, han sido clave los resultados de las encuestas de satisfacción de 2022 y 2023, así como otras encuestas específicas realizadas antes de las asambleas.

El objetivo principal ha sido resintonizar CAS en acción y emoción, abordando de forma honesta aquello que incomoda o genera malestar, para corregirlo; reconociendo lo que enriquece y funciona bien, para mantenerlo; e identificando nuevos caminos, incluso aquellos que pueden generar incertidumbre por situarse fuera de nuestra zona de confort, pero que se intuyen como necesarios para el futuro de la red. Todo ello con el fin de definir un marco estratégico que guíe la acción de CAS en los próximos años.

Este proceso metodológico no se limitó a la recolección de opiniones o la validación de un documento. Fue un ejercicio colectivo de introspección organizativa, alineación emocional y estratégica, y afirmación de la identidad compartida. Las herramientas utilizadas —tarjetas, dinámicas participativas, trabajo en grupos, revisión de materiales previos, síntesis de aprendizajes— han favorecido una alta implicación de las entidades y personas voluntarias, permitiendo que el Plan Estratégico sea fiel reflejo de la red diversa y viva que es CAS.

Este enfoque metodológico ha permitido un ejercicio profundo de escucha, revisión crítica y construcción compartida del futuro. El resultado es un Plan Estratégico con fuerte legitimidad interna y alineado con las necesidades, retos y potencialidades de la red CAS.

4. EJES ESTRATÉGICOS

Finalizada la vigencia del Plan 2017-2024 y manteniendo el compromiso por la mejora de la Comunicación Interna en CAS, desde el grupo de Comunicación se asume el compromiso de renovación para el periodo 2025-2029, teniendo en cuenta las líneas estratégicas definidas para ese periodo, que son:

1. Compromiso con la acción social y el desarrollo comunitario.

OG. - Incrementar la capacidad de intervención social de las entidades asociadas a través de acciones transformadoras

OE1.1 Apoyar a las entidades socias para la adaptación al cambio social.

OE1.2.- Impulsar metodologías innovadoras en cuidado y defensa de la gente y del territorio.

OE1.3.- Hacer de CAS un referente en la acción social.

OE1.4 Fomentar las colaboraciones externas que compartan la misión de CAS

2. Fortalecimiento interno.

OG. - Fortalecer la cohesión y el sentido de pertenencia en la red de CAS

OE2.1. Reforzar el sentido de pertenencia.

OE2.2.- Fortalecer los lazos y los vínculos afectivos.

OE2.3.- Fortalecer a las entidades que forman CAS

3. Financiación de la red.

OG. - Conseguir la resiliencia económica de la red de CAS.

O3.1.- Consolidar las vías de financiación existentes.

O3.2.- Diversificar las fuentes financiación.

O3.3.- Fortalecer la solidaridad financiera en la red de CAS.

4. Respuesta a los retos del momento actual

OG. - Dar respuestas a las nuevas realidades

O4.1.- Promover y acompañar el relevo en las entidades

O4.2.- Reforzar la adaptación al cambio tecnológico.

5. ANÁLISIS DAFO y ANÁLISIS CAME.

Se presentan en este documento los resultados del DAFO y el CAME que están relacionados con la comunicación, tanto interna como externa.

FORTALEZAS DE CAS	DEBILIDADES DE CAS
Coordinación: buena. Defensa de los DDSS: EntretodoCAS. Reivindicaciones conjuntas. Visibilidad de CAS en el territorio: solo cuando lo obliga la subvención. Reivindicaciones sociales desde CAS: Existen pautas establecidas para la iniciativa y/o adhesión a las reivindicaciones. EntretodoCAS. En red, con otras entidades. Grupos de trabajo: herramienta de trabajo que ayuda a mejorar nuestro compromiso. El uso de tecnologías virtuales favorece la participación. Información que se comparte desde CAS: espacios virtuales. Cada grupo tiene delegada la capacidad de decidir la información que hace pública. La información está a disposición de los grupos de interés de CAS. Comunicación: ágil y adecuada, responde a las necesidades de cada uno. Transparencia: muy buena Herramientas utilizadas para la lucha del cambio social: elaboración de campañas y material informativo común. Autoestima: externamente somos percibidos como una entidad de referencia.	Defensa de los DDSS: Mejorar el procedimiento para que sean más efectivas. Visibilidad de CAS en el territorio: Hay diversidad de visualización de CAS en los territorios. Reivindicaciones sociales desde CAS: CAS no es referente en ninguna reivindicación a nivel estatal. Grupos de trabajo: mejorar la participación, puntualidad, nivel de implicación, productividad, concreción … Comunicación: mejorar la comunicación externa para tener mayor y mejor visibilidad Trabajo que realizamos para crear una conciencia colectiva y comunitaria como referencia: Pluralidad y diversidad de causas que se atienden. Herramientas utilizadas para la lucha del cambio social: Difusión externa de alcance reducido. Capacidad de adaptación: a la digitalización, el relevo y las nuevas realidades

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El trabajar en red permite una revisión permanente y adaptada a la realidad de cada momento. Usar las plataformas en las que participa CAS para las reivindicaciones sociales. Cuanto mejor relación entre las entidades y redes, mayor oportunidad de compartir y aprender. El pertenecer a CAS nos ayuda a crecer. Campañas de sensibilización. Jornadas de trabajo en cada territorio promovido por CAS. Situación derivada de las nuevas realidades: impulso para la innovación, generar conciencia y la transformación social. Concienciación social con los ODS que estimula nuestro compromiso con la acción social y reivindicativa.	Diferentes puntos de vista en modelos de intervención. Despoblación que dificulta el relevo en las entidades (base social, líderes y profesionales) Dificultades de acceso a internet y telefonía por deficiencias técnicas en zonas rurales Vertiginosos cambios tecnológicos Fuerte tendencia al individualismo en la sociedad

CORREGIR			
DAFO	CAME	Línea Estratégica Asociada	Objetivo General
Baja visibilidad externa de CAS	Mejorar la estrategia de comunicación externa y presencia pública	L1, L4	Incrementar la capacidad de intervención social y dar respuesta a nuevas realidades
Escasa referencia estatal en reivindicaciones	Potenciar campañas coordinadas a nivel nacional	L1	Incrementar la capacidad de intervención social
Baja autoestima interna	Reforzar la comunicación interna positiva y el reconocimiento de logros	L2	Reforzar la cohesión interna
AFRONTAR			
DAFO	CAME	Línea Estratégica Asociada	Objetivo General
Cambios tecnológicos rápidos	Diseñar un plan de adaptación digital progresiva	L4	Dar respuestas a nuevas realidades
Individualismo social	Fomentar campañas de sensibilización comunitaria y participación ciudadana	L1	Incrementar la capacidad de intervención social
MANTENER			
DAFO	CAME	Línea Estratégica Asociada	Objetivo General
Alta cohesión interna y relaciones positivas	Seguir promoviendo espacios de encuentro y trabajo colaborativo	L2	Reforzar la cohesión interna
Compromiso con el cambio social y DDHH	Consolidar campañas y acciones transformadoras	L1	Incrementar la capacidad de intervención social
Diversidad de entidades y enfoques	Promover el aprendizaje mutuo y la complementariedad	L2	Reforzar la cohesión interna
EXPLOTAR			
DAFO	CAME	Línea Estratégica Asociada	Objetivo General
Trabajo en red y plataformas compartidas	Impulsar acciones conjuntas de incidencia y formación	L1, L2	Incrementar la capacidad de intervención social y cohesión interna
Jornadas de reflexión y campañas	Potenciar su alcance y sistematización como herramienta de transformación	L1, L4	Incrementar la capacidad de intervención social y dar respuesta a nuevas realidades

6. OBJETIVOS, ACTIVIDADES, INDICADORES Y METAS.

OBJETIVOS COMUNICACIÓN	ACTIVIDADES	INDICADORES	METAS A ALCANZAR
1. Coordinar la comunicación interna en CAS.	1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna.	1. Número de reuniones del grupo de comunicación. 2. % de miembros que participan en cada una de las reuniones. 3. Grado de satisfacción de las entidades asociadas con la comunicación.	1. Realizar cuatro reuniones al año de coordinación y seguimiento por el grupo de comunicación. 2. Lograr que la media de participación anual en las reuniones sea del 70 % 3. Conseguir que el grado de satisfacción medio de las entidades asociadas con la comunicación sea de 3 sobre 4.
2. Fomentar el uso de Teams como herramienta principal de comunicación interna.	2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams. 3. Dinamización del Teams	4. Número de acciones formativas realizadas. 5. % de entidades asociadas que participan en las jornadas formativas. 6. % de personas participantes que tienen un grado de satisfacción medio-alto con la formación recibida.	4. Realizar dos acciones formativas. 5. Lograr la participación del 50% de las entidades asociadas en las jornadas formativas. 6. Conseguir que el 80% de las personas participantes tengan un grado de satisfacción medio-alto con la formación realizada.
	4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la	7. % de entidades asociadas que participan en la AGO.	7. Conseguir la participación del 80% de las entidades asociadas en las AGOs.

4. Potenciar el uso de la imagen de CAS en las entidades asociadas.	AGO. 5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS. 6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas.	8. % de publicaciones de las entidades asociadas con programas a través de CAS en las que aparece correctamente la imagen de CAS. 9. Número de entidades de CAS que comparten al año al menos 10 de las publicaciones de CAS en redes sociales.	8. Lograr que el 90% de las entidades asociadas con programas a través de CAS realicen un uso adecuado de la imagen de CAS en sus publicaciones. 9. Conseguir que 15 entidades de CAS compartan al año al menos 10 de las publicaciones de CAS en redes sociales.
3. Buscar novedades que mejoren la comunicación interna.	7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna.	10. Número de novedades que mejoren la comunicación interna.	10. Dar a conocer dos acciones de mejora en comunicación interna.
4. Facilitar el intercambio de conocimiento en CAS.	8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.	11. Número de conocimientos compartidos en el espacio común de Teams por los equipos de trabajo. 12. Número de espacios presenciales en los que se comparte conocimiento.	11. Que cada equipo de trabajo comparta al menos un conocimiento al año a través del espacio común de Teams. 12. Que se realicen cuatro espacios presenciales al año en los que se comparta conocimiento.

7. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES.

1.- Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna. El grupo de comunicación se reunirá de forma regular, vía Teams o presencialmente cuando sea necesario, para coordinar, actualizar y supervisar el Plan de Comunicación Interna. Estas reuniones incluirán la revisión de actividades, la medición de indicadores, la identificación de propuestas de mejora y otros aspectos relacionados con la gestión del plan.

2.- Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams. Se organizarán jornadas formativas, sobre el uso del Teams adaptados a las necesidades específicas planteadas por las personas y entidades de CAS. Estas sesiones contarán con la participación de expertos en comunicación y fomentarán el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre las personas participantes.

3.- Dinamización del Teams. Aprovechar las múltiples posibilidades que ofrece esta herramienta colaborativa que permite que todas las entidades accedan a la misma información en tiempo real. Para ello se han creado grupos de trabajo temáticos que faciliten el trabajo colaborativo, eviten la saturación de correos, mejoren la coordinación entre las entidades, … También se utilizará para las reuniones de los equipos de trabajo, la realización de sesiones de formación, el almacenamiento de la documentación, compartir calendarios.

4.- Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO Se promoverá la participación de todas las entidades asociadas en la AGO, considerada un espacio clave para conocer el funcionamiento, actividades y recursos de CAS. Además, la AGO se presenta como una oportunidad para crear vínculos entre personas y entidades, así como para el aprendizaje, el debate, la reflexión y el intercambio de conocimientos.

5.- Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS. Se velará por un uso correcto de la imagen de CAS por parte de las entidades asociadas y de las personas relacionadas con la organización. En caso de detectar usos inadecuados, se informará a la entidad o persona responsable para corregir la situación y prevenir su repetición en el futuro.

6.- Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas Animar y estimular a las entidades para que compartan las publicaciones de CAS en sus redes sociales.

7.- Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna Desde el grupo de comunicación se realizará un trabajo de dar a conocer acciones que permitan mejorar la comunicación interna en CAS

8.- Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS. compartir conocimiento es clave para fortalecer el trabajo colectivo, evitar duplicidades y generar cultura de colaboración. Desde el grupo de comunicación se estimulará a las entidades miembros para compartir conocimientos a través del espacio común de Teams, así como en espacios presenciales. Se fomentará que las entidades compartan sus experiencias exitosas, lecciones aprendidas, buenas prácticas compartidas, herramientas que faciliten el trabajo (guías, manuales, videos, …)

8. CALENDARIO

	AÑO 2025											
ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams.		■	■	■	■							
3. Dinamización del Teams.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO				■								
5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA
2025-2029

	AÑO 2026											
ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna												
2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams.												
3. Dinamización del Teams.												
4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO												
5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS.												
6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas												
7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna												
8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.												

	AÑO 2027											
ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna												
2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams.												
3. Dinamización del Teams.												
4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO												
5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS.												
6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas												
7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna												
8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.												

	AÑO 2028											
ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna												
2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams.												
3. Dinamización del Teams.												
4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO												
5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS.												
6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas												
7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna												
8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.												

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA
2025-2029

	AÑO 2029											
ACTIVIDAD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
1. Coordinación, planificación y seguimiento del Plan de Comunicación Interna												
2. Organización de acciones formativas para la optimización del uso del Teams.												
3. Dinamización del Teams.												
4. Fomento de la participación de las entidades asociadas en la AGO												
5. Uso de la imagen de CAS por todas las entidades asociadas con programas a través de CAS.												
6. Impulso del número de publicaciones de CAS compartidas por sus entidades asociadas												
7. Atención a las últimas novedades en materia de comunicación interna												
8. Fomento del uso de espacios para compartir conocimiento en CAS.												