



## INFORME DE COMUNICACIÓN BARRÓ 2014

La gestión de Comunicación de Barró está encaminada a servir de apoyo para conseguir “dar respuesta a las necesidades personales y grupales de colectivos desfavorecidos, en riesgo de exclusión social, para potenciar su desarrollo desde una educación integral en igualdad de oportunidades.” – tal y como se recoge en su Misión-.

A lo largo del 2014 la estrategia de comunicación de Barró se ha basado en publicar informaciones acerca de los proyectos que desarrolla la entidad, y los colectivos con los que trabaja, así como sobre aquellas iniciativas en la que colabora. También destacamos este año la celebración de los 20 años de Barró, para lo que se organizó un evento público.

Además de una estrategia proactiva, enviando informaciones, se ha difundido información a través de las noticias generadas por otras organizaciones.

### Objetivo de nuestra comunicación

---

1. Que Barró sea referente en Madrid en proyectos socioeducativos:
  - en los distritos de Vallecas y Ciudad Lineal
  - con colectivos en situación de vulnerabilidad social: menores y familia, inmigrantes o pertenecientes a minorías étnicas
  - en estos ámbitos: inclusión activa, mediación y voluntariado
  - para Administraciones Públicas, instituciones, empresas, medios y ciudadanos
2. Recibir apoyo de Administraciones Públicas, instituciones, empresas y ciudadanos apoyen los proyectos de Barró
3. Dar apoyo a personas en situación de vulnerabilidad, informado sobre los recursos que ofrece Barró y sobre cómo participar en sus proyectos

### Medios

---

- Web, [www.asocionbarro.org.es](http://www.asocionbarro.org.es)<sup>L</sup> : donde se han publicado semanalmente las noticias y la repercusión en medios
- Redes Sociales: se ha actualizado semanalmente la Página Facebook y Twitter (@AsocBarró) que también se ha actualizado semanalmente
- Medios de Comunicación: se han enviado informaciones a medios, quienes han publicado algunas de ellas; y también se ha respondido a sus demandas

### Públicos

---

Personas que participan en los proyectos, trabajadoras y voluntarias de la entidad; Administración Pública; instituciones; empresas; medios; y ciudadanos en general.



## RESULTADOS

---

En 2014 se ha llegado a **casi 5 millones de personas** a través de los medios on line, redes sociales y medios de comunicación. Esto significa que el impacto mediático de la entidad ha **crecido en un 24%** con respecto a 2013.

El número de informaciones emitidas ha sido similar al año anterior, pero se han duplicado las visitas web y el impacto en redes sociales ha crecido un 31% porque han aumentado los seguidores de Facebook y Twitter. Además, la audiencia potencial en medios ha crecido en más de 1 millón de personas.

MEDIO	POST /NOTICIAS	AUDIENCIA		TOTAL
Web Barró	107	372 visitas /día		135.861 + 50%
<b>Red Social</b>				<b>102.292</b>
Facebook	107 post	735 seguidores	78.645	+31%
Twitter	107 Tweets	221 seguidores	23.647	
Medios	30 noticias			4.732.112 +1 millón
<b>Total</b>				<b>4.970.263</b>

### Noticias publicadas

---

Barró ha elaborado y difundido a través de su web, redes sociales y medios 107 noticias. En todas ellas se ha hecho referencia a los diferentes proyectos socioeducativos que Barró lleva a cabo tanto en Vallecas como en Ciudad Lineal.

### Ver Anexo I

### Cobertura de prensa

---

En los medios de comunicación se han publicado **30 noticias**. Lo que significa que le **28% de las informaciones** de Barró tiene repercusión en medios.

Y el impacto de audiencia potencial ha sido de **más de 4 millones de personas**; esta cifra se debe sobre todo a la aparición en TV, en prensa nacional y en agencias. Asimismo, ha habido mucho impacto en medios locales, aunque cuenten con menor audiencia.

Los medios que han dado difusión han sido medios on-line, prensa local y regional, una agencia de prensa, prensa escrita y una televisión.

### Ver Anexo II



Resumen

Medio	Tipo	Publicaciones	Impacto	Temas
El Distrito	prensa	enero	31.778	voluntariado
La Quincena	prensa	enero	10.000	Mediación
Vallecas Va	Prensa on line	enero	10.000	Mujer gitana
Vallecas digital	Prensa on line	11 enero	1000	Mujer gitana, alfabetización, Vallecas
Vallecas digital	Prensa on line	23 de enero	1000	mediación
El Distrito	Prensa	febrero	31.778	Inclusión, Ciudad Lineal
Vallecas Va	prensa	febrero	10.000	Mediación
Vallecas digital	Prensa on line		1000	Mujer gitana
Vallecas digital	Prensa on line	21 de marzo	1000	Éxito escolar
Vallecas digital	Prensa on line	28 marzo	1000	Mujer gitana
El Distrito		abril	31.778	Mujer gitana
Vallecas digital	Prensa on line	25 de abril	1000	Jóvenes Vallecas
Vallecas digital	Prensa on line	12 de mayo	1000	Familias Vallecas
Vallecas digital	Prensa on line	19 de mayo	1000	Etnia gitana
Vallecas digital	Prensa on line	22 de mayo	1000	Vecinos Vallecas
Revista Santa Eugenia	Prensa	Mayo	3.000	Jóvenes Vallecas
Vallecas digital	Prensa on line	14 de junio	1000	Mediación
El Mundo	Prensa	13 de julio	800.000	Triángulo del Agua
Europa Press	agencia	22 de julio	300.000	Mediación
Corresponsables	Prensa	5 de septiembre	10.000	RSC
El Distrito	Prensa	7 octubre	31.778	Barró
La Quincena	Prensa	Octubre	10.000	Integración



Informe de Comunicación, 2014. Asociación Barró

<b>Europa Press</b>	agencia	8 de noviembre	<b>300.000</b>	<b>Etnia gitana</b>
<b>El Mundo</b>	prensa	21 de noviembre	<b>800.000</b>	<b>Jóvenes Vallecas</b>
<b>La Voz libre</b>	Prensa	25 de noviembre	<b>20.000</b>	<b>Mujer</b>
<b>Tele5</b>	TV	25 de noviembre	<b>2.000.000</b>	<b>Mujer</b>
<b>Europa Press</b>	agencia	25 de noviembre	<b>300.000</b>	<b>Mujer</b>
<b>La Quincena</b>	prensa	noviembre	<b>10.000</b>	<b>Mujer</b>
<b>La Quincena</b>	Prensa	noviembre	<b>10.000</b>	<b>Etnia gitana</b>
<b>Mujerhoy</b>	Internet	diciembre	<b>2.000</b>	<b>Mujer</b>
<b>TOTAL</b>			<b>4.732.112</b>	





## Informe de Comunicación, 2014. Asociación Barró

The screenshot shows the Facebook profile of 'Asociación Barró'. The cover photo features a large '20 años' (20 years) graphic with the organization's logo. The profile picture is the same logo. The page is set to 'Página' (Page) and includes navigation tabs for 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. A right-hand sidebar displays statistics: 8 likes, 597 reach, 1 notification, and 0 messages. The main content area shows a post with a link to a workshop: 'http://www.asociacionbarro.org.es/taller-de-marionetas-para-promover-la-creatividad-y-los-valores/'. Below the link is a text-based post: 'Taller de marionetas para promover la creatividad y los valores | Asociación Barró. Los menores que participan en el proyecto socioeducativo Chapotea asisten a una...'

The screenshot shows the Twitter profile for 'Asociación Barró' (@AsocBarro). The profile picture is the organization's logo. The bio includes the website 'asociacionbarro.org.es' and the date 'Joined June 2011'. It also mentions '24 Photos and videos'. The tweet statistics are: 726 tweets, 154 following, 221 followers, and 3 favorites. A recent tweet from 6 hours ago reads: 'Buenos días Chapotea!!! Empezamos el día, un poco de ejercicio lavarse la cara y dientes y un buen desayuno!!!'. Below the text are several photos of children participating in activities. On the right, there is a 'Sign up for Twitter' form with fields for 'Full name', 'Email', and 'Password', and a 'Sign up for Twitter' button. Below the form, there are trending hashtags: #AmanecerconEdurne, #HappyBirthdayJustinBieber, and #MIPrimerAmanecer.