

PLA DE MILLORA DE LA COMUNICACIÓ

PROJECTE AFA 2025-2029

Fran Carballo
President de l'AFA Escola Colors
En representació de l'Associació de Famílies d'Alumnes de l'Escola Colors
Aprovat per la Junta directiva de l'AFA el 20 de febrer de 2026

Resum executiu

El Pla de Millora de la Comunicació de l'AFA Escola Colors defineix un model integral, estructurat i sostenible de comunicació per al període 2025–2029, alineat amb el Projecte de Direcció de l'AFA. El seu objectiu és simplificar canals, millorar la claredat, reforçar el vincle amb les famílies, garantir una escolta activa real i reduir la sobrecàrrega del voluntariat, assegurant sempre la viabilitat operativa del projecte.

El pla parteix d'una **diagnosi DAFO** que identifica com a principals reptes la **fragmentació de canals**, la **redundància de missatges**, la **sobrecàrrega dels delegats/des**, la **manca de traçabilitat** i l'absència d'un sistema estable de comunicació **Famílies → AFA**, tot i disposar d'una base sòlida de comissions actives, bona relació amb l'escola i presència digital prèvia.

Objectius estratègics

- Simplificar i ordenar els canals de comunicació.
- Establir un sistema institucional clar, traçable i sostenible.
- Reforçar la relació amb les famílies mitjançant continguts útils i emocionals.
- Garantir un model de comunicació bidireccional estructurat.
- Millorar la coherència visual i digital.
- Institucionalitzar la relació amb escola, administracions, xarxes i proveïdors.
- Avaluar l'impacte amb indicadors i ajustar anualment.

Arquitectura de canals

- **Comunitat AFA** (interna): coordinació de junta i comissions.
- **Comunitat Escola** (opció prioritària, en fase pilot): canal d'avisos unidireccional i grups per cursos i rols, amb governança compartida AFA–escola.
- **Correus electrònics institucionals**: per càrrecs, comissions i correu general.
- **Web de l'AFA**: repositori central i arxiu permanent.
- **Instagram**: aparador visual i emocional.
- **Cartelleria física**: suport inclusiu complementari.

Comunicació interna de l'AFA

- Correus oficials per càrrecs i comissions.
- Comunitat AFA estructurada amb canal d'avisos i grups operatius.
- Drive compartit organitzat per comissions.
- Protocol de circulació de la informació i retorn a junta.

Comunicació AFA → famílies

- Ús d'un **canal institucional únic** (Comunitat Escola).
- Canal d'avisos clar, sense debat ni soroll.
- Grups de classe fora de l'ús institucional.
- Web com a arxiu de referència i Instagram com a suport visual.

Comunicació Famílies → AFA (escolta activa estructurada)

Sistema estable i traçable mitjançant:

- Bústia digital permanent (formulari web).
- Bústia física a l'escola (canal complementari, activada des del primer curs).
- Correu institucional general.
- Correus específics de cada comissió.



- **Espais d'escolta programats** (trobades trimestrals i punts d'atenció en assemblees). Inclou criteris de derivació, terminis de resposta, registre intern al Drive, confidencialitat i inclusió lingüística.

Relació amb interlocutors externs

- **Escola:** correu formal, un únic grup operatiu de coordinació i ús compartit de la Comunitat Escola; coordinació de calendaris i suport puntual a la difusió d'activitats del centre.
- **Ajuntament i administracions:** correu oficial, responsables assignats i registre de seguiment.
- **Xarxes i federacions d'AFAs:** participació activa, delegació flexible i retorn intern.
- **Empreses i proveïdors:** correu institucional, reunions periòdiques i registre d'incidències.

Continguts i periodicitat

- **Avisos de la setmana:** cada divendres, informació de la setmana següent.
- **Butlletí trimestral:** resum del trimestre i previsió del següent (PDF + web).
- Contingut audiovisual comunitari:
 - Programa d'àudio amb participació escolar, si l'escola ho valida.
 - Alternativa: vídeo breu de resum anual si no hi ha participació infantil.
- **Sistema audiovisual opcional:** enregistrament i/o streaming d'activitats puntuals.

Web i xarxes socials

- Calendari editorial integrat (web + Instagram).
- Reorganització de la web per categories i criteris d'accessibilitat.
- Instagram amb publicacions regulars, seccions fixes i enllaç permanent a la web.
- **Infografia permanent "Què fem?"**, actualitzada anualment, sobre serveis, activitats, ús de les quotes i beneficis de ser soci/a.

Imatge i identitat visual

- Renovació integral de la identitat gràfica.
- Procés participatiu amb concursos de **logotip**, **lema** i possible **mascota**.
- Desenvolupament professional posterior i **manual bàsic d'identitat visual**.
- Implantació progressiva en canals digitals i suports físics.
- Materials impresos essencials amb criteris de sostenibilitat i codis QR.

Protocols i manuals operatius

Desenvolupament progressiu de protocols vius:

- Comunitats WhatsApp (AFA i Escola).
- Gestió de bústies i correus.
- Manual de web i xarxes.
- Guia d'identitat visual.
- PNT de relació institucional.
- Kit de traspàs i acollida de voluntariat. Tots condicionats a la capacitat real del voluntariat.

Seguiment i avaluació

- Indicadors (KPI) de regularitat, abast, participació, impacte i temps de resposta.
- Informe anual i revisió conjunta amb comissions i direcció escolar.
- Ajustos anuals sense modificar el pla marc.



Calendari d'implantació

- **2025–2026:** fonaments: canals institucionals, Comunitats, correus, Drive, bústia física, pilots d'avisos setmanals, butlletí, espais d'escolta, web, infografia i primers protocols.
- **2026–2027:** desplegament complet del model: avisos i butlletí estables, bústia digital operativa, web i xarxes consolidades, coordinació escola, enquesta i informe anuals, concurs de logotip.
- **2027–2028:** identitat visual definitiva, manual i implantació, possible audiovisual avançat.
- **2028–2029:** revisió global, consolidació i traspàs.

Planificació pressupostària

- Pressupost com a eina de comunicació i transparència.
- Planificació anticipada anual.
- Aprovació en AGO.
- Execució coherent i retorn anual a les famílies.

Conclusió

Aquest pla estableix un **sistema comunicatiu clar, bidireccional, traçable i sostenible**, que millora l'experiència de les famílies, protegeix el voluntariat i reforça el paper institucional de l'AFA com a actor clau de la comunitat educativa.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	5
2. ANTECEDENTS	5
3. DIAGNOSI (DAFO) I CONCLUSIONS	6
4. OBJECTIUS I CRITERIS RECTORS	7
4.1 Objectius generals	7
4.2 Objectius específics.....	7
4.3 Criteris rectors.....	8
5. COMUNICACIÓ PER INTERLOCUTORS	8
5.1. Marc conceptual i definicions de canals	8
5.2. Comunicació interna de l'AFA	10
5.3. Comunicació amb les famílies	11
5.4. Comunicació Famílies → AFA.....	12
5.5. Comunicació amb l'Escola (equip directiu)	16
5.6. Comunicació amb l'Ajuntament i altres administracions	16
5.7. Comunicació amb xarxes i federacions	16
5.8. Comunicació amb empreses subministradores.....	17
5.9. Conclusions del capítol.....	17
6. XARXES SOCIALS I WEB	18
6.1. Antecedents	18
6.2. Propostes de millora	18
6.3. Conclusions del capítol.....	19
7. IMATGE I IDENTITAT DE LA COMUNICACIÓ	19
7.1. Anàlisi de la identitat visual actual	19
7.2. Objectius de la nova identitat visual.....	20
7.3. Elements participatius i emocionals	20
7.4. Tasques a desenvolupar	21
7.5. Aplicació en suport físic i materials impresos	21
7.6. Conclusions	22
8. CONTINGUTS I PERIODICITAT DE LES COMUNICACIONS.....	22
8.1. Antecedents	22
8.2. Avisos de la setmana.....	23
8.3. Butlletí trimestral	23
8.4. Contingut audiovisual de vinculació comunitària	24
8.5. Sistema audiovisual i pilot d'enregistrament (opcional)	25
8.6. Coordinació amb l'escola.....	26
8.7. Conclusions del capítol.....	27
9. DESENVOLUPAMENT MITJANÇANT PROTOCOLS I MANUALS OPERATIU.....	28
9.1 Protocols i manuals previstos	28
9.2 Naturalesa d'aquests documents.....	29
10. SEGUIMENT I IMPLANTACIÓ	29
10.1. Indicadors d'avaluació (KPI)	29
10.2. Revisió periòdica.....	29
10.3. Recursos i responsabilitats	30
10.4. Riscos i mesures de control	30
10.5. Calendari d'implantació	30
11 · PLANIFICACIÓ PRESSUPOSTÀRIA.....	32
11.1. Objectiu del capítol	32
11.2. Principi de planificació anticipada	32
11.3. Sol·licitud anual de pressupostos	32
11.4. Definició del pressupost anual	32
11.5. Aprovació en Assemblea General Ordinària (AGO)	32
11.6. Execució i coherència comunicativa durant el curs	33
11.7. Retorn i tancament del cicle comunicatiu.....	33
12. CONCLUSIONS GENERALS.....	33

1. INTRODUCCIÓ

La comunicació és un pilar fonamental per a la cohesió i la vitalitat de la comunitat educativa de l'Escola Colors. Més enllà de transmetre informació, comunicar vol dir escoltar, explicar, convidar i construir vincles. Per això, aquest **Pla de Millora de la Comunicació de l'AFA Escola Colors** s'impulsa amb un objectiu general: **evolucionar cap a un model comunicatiu més clar, eficient i emocional**, que connecti millor amb totes les famílies i reforci el paper comunitari de l'AFA. Això inclou tant la comunicació de l'AFA cap a les famílies com les vies de retorn de les famílies cap a l'AFA, per reforçar **una escolta activa i ordenada**.

Els darrers cursos han posat de manifest la importància de disposar de canals ben definits, de continguts que aportin valor i d'una imatge coherent i reconeixible. La realitat actual és que l'AFA i l'escola compten amb equips compromesos, amb delegats i canals actius, però també amb reptes importants: **redundància de missatges, sobrecàrrega dels delegats, participació irregular i dificultat per arribar a totes les famílies**.

Aquest pla no busca només millorar eines i missatges, sinó impulsar **un canvi de cultura comunicativa**. És una proposta pensada per a una comissió de voluntariat, realista, flexible i progressiva, que sap prioritzar i no pretén abastar més del que és factible. A més, **forma part del marc d'actuació del Projecte de Direcció 2025–2029 de l'AFA Escola Colors**.

Els capítols següents presentaran, primer, els antecedents i la diagnosi de partida, després els objectius generals i els principis rectors, i finalment les línies de treball específiques per a canals i protocols, contingut (Instagram i Web/Notícies) i imatge visual, a més d'un bloc de relació institucional i un de governança i seguiment. **La diagnosi inicial (DAFO)** servirà per orientar les prioritats d'aquestes línies de treball.

2. ANTECEDENTS

La comunicació ha estat sempre un element clau per a la connexió entre famílies, AFA i escola. Ha servit per informar, convocar activitats, recollir inquietuds i reforçar el sentit de comunitat. Al llarg dels anys, l'AFA ha anat construint una xarxa de canals i pràctiques que han evolucionat amb les necessitats socials i tecnològiques. Això ha estat possible gràcies a la implicació dels delegats/des d'aula, al treball de les famílies voluntàries i a la coordinació amb l'equip directiu de l'escola.

Els antecedents mostren una organització amb capacitat d'adaptació i compromís, que ha sabut trobar maneres d'arribar a les famílies i de fer visible la seva tasca. Aquesta experiència és el punt de partida per avançar cap a un model més clar, inclusiu i participatiu. Aquest recorregut històric permet entendre millor la diagnosi actual i els reptes que es presenten al capítol següent

3. DIAGNOSI (DAFO) I CONCLUSIONS

Abans de plantejar els objectius i les línies de millora, és necessari entendre la situació de partida. Aquesta diagnosi s'ha elaborat a partir de l'experiència de les juntes anteriors, de l'anàlisi dels canals utilitzats i del feedback recollit entre famílies i comissions. L'exercici de DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats) permet identificar els principals punts crítics i els actius disponibles, i serveix de base per orientar les accions del pla.

Diagnosi DAFO – Comunicació AFA Escola Colors

Fortaleses (F)

- Equip de delegats/des consolidat i actiu.
- Bon clima de relació amb l'escola.
- Xarxes socials actives i reconegudes.
- Continguts informatius regulars.
- Cartelleria reconeguda i vinculada al context escolar.
- Logotip amb valor icònic en contextos festius.

Debilitats (D)

- Redundància entre correu i WhatsApp.
- Massa passos intermedis en la difusió.
- Sobrecàrrega dels delegats/des com a únic pont operatiu.
- Comunicació amb to massa funcional i poc emocional.
- Beneficis de ser soci poc tangibles i poc visibles.
- Absència d'un resum periòdic únic i consultable a la Web/Notícies.
- Logotip poc funcional (versions, escales) i sistema visual fragmentat.
- Absència d'un sistema estructurat, unificat i traçable per canalitzar el retorn de les famílies cap a l'AFA.

Oportunitats (O)

- Implantar un canal institucional únic i clar.
- Redefinir el paper dels delegats/des com a dinamitzadors i no reenviadors.
- Produir contingut que informi però també vinculi emocionalment.
- Renovar la imatge visual mantenint l'essència.
- Reforçar Instagram i Web amb calendari editorial integrat.
- Millorar la relació institucional amb Ajuntament i administracions.

Amenaces (A)

- Desgast i pèrdua de voluntariat si no es redistribueixen tasques.
- Risc d'exclusió per barreres digitals o idiomàtiques.
- Resistències al canvi en canals o imatge.
- Dependència de pocs perfils clau per a tasques crítiques.

Conclusions de la diagnosi

La diagnosi mostra una **base sòlida per avançar**: existeixen equips actius, relacions fluides amb l'escola i canals que funcionen, encara que de manera dispersa.

Tanmateix, hi ha un **excés de passos i redundància** que fa que els missatges es multipliquin i generin desgast, sobretot en els delegats/des. El sistema no aconsegueix oferir una experiència fluida a les famílies ni transmetre amb prou força el valor d'associar-se i participar.

Les oportunitats apunten a tres eixos de millora:

1. **Simplificació i claredat de canals**, amb un sistema institucional únic que descarregui els delegats.
2. **Continguts més vinculants i regulars**, que combinin informació pràctica amb relats d'impacte i proximitat.
3. **Renovació de la identitat visual i de la presència digital**, per fer l'AFA més reconeixible i ordenada.

Si no s'actua, hi ha el risc d'un **voluntariat saturat**, d'una **participació decreixent** i d'una comunicació fragmentada que no faci justícia a l'esforç real de l'AFA.

4. OBJECTIUS I CRITERIS RECTORS

La diagnosi posa de manifest que la comunicació de l'AFA Escola Colors disposa d'una base sòlida, però també d'un funcionament massa fragmentat i feixuc. Els objectius del pla responen a la necessitat de simplificar, donar més coherència i transmetre millor el valor de l'AFA a tota la comunitat educativa.

4.1 Objectius generals

1. **Simplificar i ordenar els canals de comunicació** per reduir redundàncies i alliberar els delegats/des de la funció de reenviadors.
2. **Consolidar la relació amb les famílies** mitjançant continguts útils i un relat positiu que mostri els beneficis de participar a l'AFA.
3. **Reforçar la coordinació amb la direcció de l'escola**, establint protocols clars sobre què comunica cadascú i com es valida la informació conjunta.
4. **Millorar la coherència visual i digital** per fer més recognoscible i accessible la comunicació de l'AFA, amb especial atenció a Instagram i a la Web.
5. Institucionalitzar la relació amb administracions i entitats per guanyar visibilitat, credibilitat i traçabilitat.

4.2 Objectius específics

- Establir un **canal institucional únic** per a difusió oficial de l'AFA.
- Mantenir els **grups de classe** com a espais socials i logístics, sense sobrecarregar-los amb avisos institucionals.
- Crear i implantar **correus operatius per a cada comissió**, amb protocols de traçabilitat i relleu.
- Generar un **calendari editorial integrat** (setmanal i mensual) que articuli Instagram i la Web de l'AFA.



- Renovar la **imatge visual** mantenint l'essència, però amb versions i plantilles funcionals.
- Implantar un protocol de relació amb Ajuntament i administracions, amb calendaris i registres.
- Mesurar l'impacte de la comunicació amb **indicadors clau** que permetin ajustaments anuals.
- Garantir un sistema estructurat, unificat i traçable perquè les famílies puguin fer arribar consultes, propostes i incidències a l'AFA

4.3 Criteris rectors

- **Claredat:** missatges curts, directes i entenedors.
- **Regularitat:** cadències fixes que generin confiança i hàbit de consulta.
- **Accessibilitat:** canals fàcils d'usar, llenguatge inclusiu i idiomes quan sigui necessari.
- **Proximitat:** to proper, positiu i empàtic, que reflecteixi la diversitat de les famílies.
- **Corresponsabilitat:** distribució equilibrada de les tasques per evitar sobrecàrregues.
- **Proporcionalitat:** fer només allò que es pugui sostenir amb voluntariat real.
- **Avaluació contínua:** decisions basades en dades i en feedback de les famílies.

Les accions previstes en aquest Pla no tenen totes el mateix grau de prioritat. Es consideren estructurals i irrenunciables aquelles vinculades als canals institucionals, la comunicació periòdica amb les famílies i la traçabilitat de la informació. La resta d'accions es desplegaran de manera progressiva, condicionades a la capacitat real del voluntariat i als criteris establerts als protocols operatius.

5. COMUNICACIÓ PER INTERLOCUTORS

5.1. Marc conceptual i definicions de canals

Per què aquest apartat?

Abans d'ordenar qui parla amb qui i per on, cal assegurar que tothom entén el mateix quan diem "comunitat de WhatsApp", "llista de difusió", "grup", "web" o "Instagram". Aquest pla és estratègic i no entra en la part operativa; els detalls de "com fer-ho" s'establiran als protocols del capítol 9.

Comunitat de WhatsApp (estructura marc)

Què és: Un "paraigua" dins WhatsApp que agrupa un **canal d'anuncis** (només admins publiquen) i **grups subordinats** (temàtics o per cursos).

Què no és: No és un xat obert i desordenat per a tothom.

Per a què serveix: Centralitzar comunicació institucional, segmentar per temes/etapes i donar visibilitat ordenada.

Quan s'utilitza: Quan cal un espai estable i recognoscible per a tota la comunitat.

Punts forts: Ordre, segmentació, abast immediat.

Limitacions: Cal bona moderació i normes clares; pot generar soroll si es multipliquen grups.

Variants al pla:

- **Comunitat AFA** (ús intern: junta i comissions).
- **Comunitat Escola** (famílies, AFA i direcció escolar: canal d'avísos i grups per cursos).

Canal d'anuncis ("Avisos" dins la Comunitat)

Què és: Un espai **unidireccional** per avisos oficials (sense respostes).

Per a què serveix: Missatges clars, sense debat, amb traçabilitat.

Limitacions: No recull feedback; s'ha de complementar amb altres canals.

Grups subordinats (dins la Comunitat)

Què són: Xats per temes concrets (p. ex., "Delegats", "Menjador", "I5").

Ús: Coordinació operativa, dubtes i seguiment d'un àmbit.

Risc: Soroll si no hi ha objectiu i moderació.

Llista de difusió de WhatsApp

Què és: Enviament **un a molts**; cada família rep el missatge individualment.

Què no és: No és un grup (les famílies no es veuen entre elles).

Ús: Avisos puntuals quan no hi ha Comunitat o com a suport.

Limitacions: Requereix que cada família tingui **desat el número** de l'AFA; segmentació limitada.

Grup de WhatsApp (fora de Comunitat)

Què és: Xat obert on tots poden escriure.

Ús: Només en espais de treball interns molt concrets; **no** per a difusió institucional massiva.

Limitacions: Soroll i pèrdua de focus si no hi ha normes.

Correu electrònic

Què és: Canal formal i traçable per a comunicats i documentació.

Ús: Relació amb escola/administracions, convocatòries formals, enviament de documents.

Punts forts: Arxivable, consultable, multiidioma.

Limitacions: No garanteix lectura immediata; convé subject i estructura clars.

Web de l'AFA

Què és: **Repositori central** i arxiu de referència (notícies, documents, calendaris).

Ús: Ampliar informació (enllaçada des d'IG/WhatsApp), consultar històric i materials.

Punts forts: Accés universal sense WhatsApp; consultable quan convingui.

Limitacions: Requereix constància d'actualització.

Instagram

Què és: Aparador **visual i emocional** de la vida de l'AFA i l'escola.

Ús: Mostrar activitats, reconèixer voluntariat, reforçar identitat; sempre amb enllaç a la web per al detall.

Punts forts: Abast i proximitat; format amigable.

Limitacions: No és arxiu; metadades i accessibilitat limitades si no s'hi posa cura (alt-text, subtítols).

Cartelleria i suports físics

Què és: Suport complementari per garantir inclusió de famílies amb poca connexió digital.

Ús: Informació clau a l'entrada de l'escola, assemblees i festes.

Limitacions: Cost i renovació; ha de ser breu i pointer cap a web/QR.

Criteris transversals (aplicables a tots els canals)

- **Inclusió:** Sempre hi haurà una **via alternativa** a WhatsApp (web/correu/cartell).
- **Claredat:** Un missatge → un objectiu → un canal principal (evitar duplicats innecessaris).
- **Traçabilitat:** Tot allò rellevant ha de quedar **arxivat a la web**.
- **Privacitat i permisos:** El tractament d'imatges/veu de menors i l'accessibilitat digital es despleguen als protocols (cap. 9).
- **Coherència:** Identitat visual i to unificats (guia a cap. 7 i protocol corresponent).

5.2. Comunicació interna de l'AFA

5.2.1. Antecedents

La comunicació interna de l'AFA ha crescut de manera orgànica, amb canals diversos:

- **Correus electrònics:** presidència comparteix adreça amb secretaria i tresoreria; existeixen correus específics per a menjador i extraescolars, però no hi ha uniformitat.
- **Grups de WhatsApp:** un grup general de junta i vocals, grups de comissions i grups duplicats amb direcció escolar (per exemple, a menjador). L'anterior junta era present a pràcticament tots els grups per agilitzar la coordinació.
- **Drive compartit:** eina existent però amb ús desigual i poc coordinat entre comissions.

Aquest sistema ha permès agilitat, però també ha generat duplicitats, manca de centralització i dependència excessiva de persones concretes.

5.2.2. Propostes de millora

- **Correus oficials per comissions i càrrecs:** cada comissió disposarà del seu correu propi, i la presidència, la secretaria i la tresoreria utilitzaran també adreces institucionals diferenciades.
Actualment, aquesta estructura ja està activa en fase pilot, amb totes les comissions i càrrecs utilitzant els seus correus operatius.
- **Comunitat AFA (fase de prova):** espai intern de WhatsApp només per membres actius de l'AFA (junta, comissions, vocals i representant al Consell Escolar). Actualment, la



Comunitat AFA ja està implantada en fase pilot i operativa per a la junta i les comissions. Inclou:

- Canal d'avisos (unidireccional).
- Grup general AFA.
- Grup de junta directiva.
- Grups específics per cada comissió i grups de portaveu + junta.
- **Drive organitzat per carpetes:** cada comissió mantindrà la seva documentació en un espai comú, accessible a la junta.
- **Protocol bàsic de circulació de la informació:** cada comissió informa al seu portaveu, que trasllada a la junta; les decisions es retornen pel mateix canal.

5.3. Comunicació amb les famílies

5.3.1. Antecedents

Els canals actuals són:

- Grups de WhatsApp de classe, gestionats pels delegats.
- Correus electrònics puntuals de l'AFA.
- Instagram actiu però dependent de la constància.
- Web de l'AFA com a repositori poc utilitzat.
- Cartelleria a l'escola com a suport complementari.

Aquest sistema ha estat útil, però genera duplicitats, sobrecàrrega dels delegats i manca d'un arxiu únic.

5.3.2. Propostes de millora

Es plantegen tres opcions com a canal institucional únic:

A) Llista de difusió de WhatsApp

- Avantatges: ràpida, gratuïta, redueix càrrega dels delegats.
- Limitacions: cal que les famílies desin el número; segmentació limitada; poc arxiu.

B) APP pròpia de l'AFA

- Avantatges: control total, segmentació, arxiu centralitzat, possibilitat de funcionalitats addicionals.
- Limitacions: cost alt, risc d'adopció baixa, dependència tècnica.

C) Comunitat Escola (comunitat de WhatsApp) (opció recomanada)

Estructura basada en la funcionalidad de *Comunitats de WhatsApp*, que agrupa un canal d'avisos unidireccional i diversos grups per cursos i rols.

Actualment, la Comunitat Escola ja està implantada en fase pilot, d'acord amb la direcció escolar, com a part del desplegament conjunt del pla de comunicació del centre.

- Validació: ha de ser aprovada per l'equip directiu de l'escola.
- Administració: comissió de comunicació, junta de l'AFA i direcció escola; la comunicació via Comunitat Escola és una responsabilitat compartida entre ambdues parts, amb validació prèvia quan sigui necessari segons el tipus d'informació.
- Estructura:
 - Canal d'avisos oficials (unidireccional): direcció envia informació del centre; comunicació o la junta directiva envia la de l'AFA.
 - Grups per cursos.
 - Grup de delegats.

- Grup de junta + direcció escolar.
 - Grup de junta + direcció escolar + comunicació.
 - Grup de direcció escolar + comunicació.
-
- Flux: comissions → junta → comunicació → canal d'avisos (amb validació prèvia de direcció quan calgui).

Comparativa resum

Criteri	A) Difusió WhatsApp	B) APP AFA	C) Comunitat Escola
Cost	Molt baix	Alt	Molt baix
Implantació	Immediata	Llarga	Ràpida
Adopció inicial	Mitjana	Baixa	Alta
Segmentació	Limitada	Alta	Mitjana
Arxiu	Baix	Alt	Mitjà
Governança	100% AFA	100% AFA	Compartida AFA–Escola

Conclusió

L'opció C és la més viable: cost zero, adopció immediata i descàrrega dels delegats. La web de l'AFA actuarà com a arxiu permanent i Instagram com a suport visual.

5.4. Comunicació Famílies → AFA

5.4.1. Antecedents

Tot i que el present pla desenvolupa amb detall els canals i protocols per a la comunicació AFA → famílies, fins ara no existia un model estructurat per ordenar la comunicació en sentit invers, de les famílies cap a l'AFA.

En la pràctica, les famílies utilitzen principalment:

- Delegats/des de classe, que reben consultes variades i sovint sense filtre.
- Correus esporàdics enviats directament a la junta directiva o a alguna comissió.
- Comentaris informals via WhatsApp o en trobades presencials.
- Intervencions puntuals en assemblees o espais comunitaris.

Aquest funcionament ha estat útil, però té limitacions clares:

- Sobrecàrrega dels delegats/des com a únic pont operatiu.
- Manca de registre i traçabilitat de moltes consultes.
- Dificultat per identificar tendències, necessitats recurrents o propostes de millora.
- Dependència de persones concretes i dels seus horaris.

Per aquest motiu, el pla estableix un model estable, clar i sostenible de comunicació Famílies → AFA, coherent amb la resta d'interlocutors definits al capítol 5.

5.4.2. Objectius específics

Aquest model té per finalitat:

1. Garantir un canal d'escolta estable i permanent durant tot el curs.
2. Facilitar la comunicació directa de les famílies sense passar necessàriament pels delegats/des.
3. Millorar la detecció de necessitats, incidències i propostes, amb registre sistemàtic.
4. Evitar la saturació dels grups de WhatsApp, reservant-los per a ús social i organitzatiu.
5. Assegurar traçabilitat i privacitat en totes les comunicacions.

5.4.3. Vies de comunicació proposades

El model es desplega a través de quatre vies complementàries, articulades amb els canals ja definits al pla:

a) Bústia digital (formulari web permanent i traçable)

Un formulari accessible des de la web de l'AFA que permet:

- Centralitzar consultes, propostes i incidències.
- Classificació interna automàtica per tipologies.
- Registre automàtic al Drive compartit.
- Opció d'anonimat en consultes que no requereixen resposta personalitzada.

És la via recomanada per a qualsevol consulta general que no requereixi urgència.

b) Correu institucional general per a consultes transversals

Correu únic de contacte amb l'AFA, destinat a:

- Consultes de caràcter general.
- Dubtes sobre procés d'associació, quotes o funcionament de l'AFA.
- Consultes que impliquin més d'una comissió.

Gestionat per la junta directiva, amb derivació a la comissió o portaveu corresponent.

c) Canals específics per serveis i comissions

Segons el model de correus oficials del punt 5.1, cada comissió activa disposarà del seu propi correu institucional.

Actualment inclou, com a mínim:

- Comissió de Menjador
- Comissió d'Extraescolars
- Comissió d'Espais
- Comissió de Tallers i Festes
- Comissió d'Esports
- Comissió de Comunicació

Qualsevol comissió nova incorporada en el futur tindrà també la seva adreça pròpia.

Aquesta organització permet:

- Respostes més tècniques i ajustades.
- Distribució equilibrada de la càrrega de treball.
- Registre classificat per àmbits al Drive.

d) Espais d'escolta programats

Per a qüestions que requereixin conversa o reflexió, es creen dos formats estables:

- Trobada trimestral oberta: sessió presencial o virtual d'escolta activa amb junta i portaveus de comissió.
- Punt d'atenció abans o després de cada assemblea general.

Aquests espais reforcen la proximitat, permeten captar matisos i faciliten el diàleg directe.

e) Bústia física (canal complementari)

Bústia física ubicada a l'escola per recollir suggeriments o aportacions puntuals de les famílies.

Ús previst:

- comunicacions no urgents,
- suggeriments o propostes generals,
- aportacions de famílies amb dificultats d'accés als canals digitals.

Funcionament:

- revisió periòdica,
- registre intern de les aportacions,
- integració al circuit habitual de gestió de consultes de l'AFA.

5.4.4. Funcionament i fluxos

a) Qui rep què

- Bústia digital i bústia física
 - Recepció: comissió de comunicació.
 - Derivació: comissió o junta segons tipologia.
- Correu institucional general
 - Recepció: presidència.
 - Derivació: comissió o secretaria/tresoreria quan calgui.
- Correus de comissió
 - Recepció i resposta: membres de la comissió.
 - Retorn d'informació rellevant a la junta via portaveu.
- Espais d'escolta
 - Dinamització: junta i portaveus de comissió.
 - Registre: resum breu de temes al Drive.

b) Temps de resposta recomanats

- Consultes generals: ≤ 5 dies lectius
- Consultes de servei (menjador, extraescolars, espais...): ≤ 72 hores lectives
- Casos urgents: derivació immediata i resposta tan aviat com sigui possible

Aquests terminis s'ajustaran segons els protocols operatius del capítol 9.

c) Tipologia de consultes per canal

- **Bústia digital:** suggeriments, propostes, incidències generals, retorn qualitatiu.
- **Correu institucional general:** qüestions transversals i dubtes sobre funcionament global.
- **Correus de comissió:** temes específics d'un servei.
- **Espais d'escolta:** temes de clima comunitari, participació i percepcions.

Sempre es recomanarà no utilitzar els grups de classe per a qüestions institucionals.

d) Registre intern al Drive

Totes les consultes quedaran registrades en un full de seguiment amb:

- Data
- Canal d'entrada
- Àmbit / comissió
- Tipologia
- Estat (obert / en curs / tancat)
- Data de resposta
- Observacions

Aquest registre alimenta els informes anuals del capítol 10.

5.4.5. Criteris de qualitat i principis rectors

- **Claredat:** canals diferenciats i instruccions clares per a les famílies.
- **Inclusió lingüística:** consultes en català o castellà, resposta en el mateix idioma.
- **Confidencialitat:** tractament prudent de qualsevol informació sensible.
- **Retorn garantit:** totes les consultes tenen resposta.
- **Proximitat i respecte:** to empàtic i constructiu.
- **Grups de classe fora d'ús institucional.**

5.4.6. Implantació i revisió

Curs 1

- Activació de la bústia digital.
- Difusió del correu institucional general.
- Consolidació dels correus de comissió.
- Primera prova d'espai d'escolta.

Cursos següents

- Ajustos segons volum de consultes.
- Revisió anual dels indicadors associats.
- Adaptació dels fluxos per experiència acumulada.

Aquest apartat no estableix un calendari general del Pla, sinó el cicle d'activació, prova i millora contínua específic del sistema Famílies → AFA.

5.4.7. Conclusions

La incorporació d'aquest apartat completa la visió de comunicació bidireccional del pla i tanca el triangle comunicatiu:

- AFA → Famílies
- AFA → Escola i interlocutors externs
- Famílies → AFA

Amb aquest model, l'AFA disposa d'un sistema estable, ordenat i traçable d'escolta activa, coherent amb els principis del Pla de Millora de la Comunicació i amb les necessitats reals de la comunitat educativa.

5.5. Comunicació amb l'Escola (equip directiu)

5.5.1. Antecedents

- Reunions periòdiques de junta i direcció.
- Correus per a documentació formal.
- Grups de WhatsApp mixtos per agilitzar, especialment a menjador.
- Representació al Consell Escolar.

Sistema àgil però amb dependència de canals informals i duplicitats.

5.5.2. Propostes de millora

- **Correu electrònic (formal):** per actes, informes, pressupostos i comunicats oficials. Sempre des de comptes institucionals.
- **WhatsApp (operatiu):** mantenir un únic grup de Junta + Direcció Escolar per coordinació diària. Pot estar dins de la Comunitat AFA o ser extern, però sempre clar i sense duplicats.

5.6. Comunicació amb l'Ajuntament i altres administracions

5.6.1. Antecedents

- Correus i instàncies formals.
- Reunions amb regidories.
- Participació en espais de coordinació municipal.
- Telèfon i contactes personals per urgències.

Limitacions: dependència de contactes individuals, manca de registre únic i dificultat de seguiment.

5.6.2. Propostes de millora

- Correu electrònic oficial com a canal prioritari.
- Telèfon o WhatsApp només per urgències, amb confirmació posterior per correu.
- Assignar responsables de contacte per àrea.
- Crear un registre de demandes i respostes amb seguiment semestral.

5.7. Comunicació amb xarxes i federacions

5.7.1. Antecedents

- Grup de WhatsApp d'AFAs del municipi.

- Grup d'entitats locals.
- Grup de l'aFFaC (Vallès Oriental).

Actualment l'enllaç és el president, però pot ser qualsevol membre de la junta.

5.7.2. Propostes de millora

- **Delegació flexible:** funció assumible per qualsevol membre de la junta.
- **Centralització:** arxiu al Drive i resum trimestral per a la junta.
- **Participació activa:** aprofitar les xarxes per influència i bones pràctiques.

5.8. Comunicació amb empreses subministradores

5.8.1. Antecedents

- Correus per a contractes i gestió.
- Reunions periòdiques.
- Telèfon o WhatsApp per urgències.

Limitacions: manca de registre centralitzat i dependència de contactes individuals.

5.8.2. Propostes de millora

- **Correu electrònic oficial** per a totes les comunicacions, amb còpia al Drive.
- **Telèfon o WhatsApp** només per urgències, amb confirmació posterior per correu.
- **Reunions periòdiques** amb acta breu i revisió anual dels serveis.

5.9. Conclusions del capítol

Aquest capítol ha definit una **arquitectura completa i ordenada de la comunicació per interlocutors**, que assegura un funcionament estable, sostenible i coherent amb les necessitats de la comunitat educativa. El model resultant és bidireccional, traçable i evita dependències excessives de canals informals o de persones concretes.

Els interlocutors principals i els seus canals són:

- **AFA intern** → Comunitat AFA, correus oficials i Drive organitzat.
- **Famílies** → **AFA** → bústies física i digital, correu institucional general, correus de comissió i espais d'escolta.
- **AFA** → **Famílies** → Comunitat Escola (canal d'avís i grups per cursos), web i Instagram.
- **Direcció de l'Escola** → correu formal per a documentació i un únic grup operatiu de coordinació amb la junta.
- **Ajuntament i administracions** → correu formal, instàncies i registre centralitzat de seguiment.
- **Xarxes i federacions d'AFAs** → participació en grups de coordinació amb delegació flexible i retorn intern.
- **Empreses i proveïdors** → correu oficial, reunions periòdiques i registre d'incidències.

Aquesta arquitectura garanteix:

- **Canals diferenciats** segons l'objectiu i la naturalesa del missatge.
- **Traçabilitat documental** en totes les comunicacions rellevants.
- **Coherència i continuïtat** en cas de relleu de voluntariat.
- **Reducció de soroll** i d'ús inadequat dels grups de classe.
- **Millor experiència comunicativa** per a totes les famílies i per a l'organització.

En conjunt, aquest capítol estableix una base sòlida perquè l'AFA Escola Colors pugui comunicar-se de manera eficient, propera i ordenada amb tots els seus interlocutors.

6. XARXES SOCIALS I WEB

6.1. Antecedents

L'AFA Escola Colors ha utilitzat fins ara dues eines digitals principals per comunicar-se amb la comunitat educativa i amb l'entorn:

- **Instagram:** canal actiu amb una bona acollida visual i de proximitat, especialment útil per mostrar activitats i donar visibilitat a l'AFA. El seu ús ha estat positiu, però irregular en freqüència i contingut.
- **Web de l'AFA:** disposa d'un apartat de notícies que funciona com a repositori, però amb ús poc intensiu i sense un calendari editorial establert. Actualment no és un recurs de consulta habitual per part de les famílies.

Aquest sistema ha permès donar visibilitat a les activitats, però amb mancances:

- Manca de planificació i regularitat en les publicacions.
- Absència d'una estratègia integrada entre web i xarxes.
- Poc ús de la web com a arxiu central de les comunicacions.

6.2. Propostes de millora

Per potenciar les xarxes socials i la web com a canals de comunicació i visibilitat, es proposa:

- **Calendari editorial integrat**
 - Unificar la planificació de comunicacions de l'AFA en un sol calendari, que inclogui web, Instagram i canals institucionals.
 - Publicació setmanal: informació de la setmana vinent.
 - Publicació mensual: menús.
 - Publicació trimestral: butlletí
 - Publicacions específiques: activitats, tallers, festes i projectes puntuals.
- **Web de l'AFA com a repositori central**
 - Totes les comunicacions oficials tindran reflex al web.
 - Reestructuració de l'apartat de notícies per facilitar la consulta (categories per temes: activitats, serveis, projectes, menús, comunicats).
 - Estudiar millores tècniques i d'accessibilitat per fer-la més atractiva i fàcil d'usar.
 - Aquesta adaptació inclourà una revisió de l'estructura, la jerarquia i els continguts actuals de la Web, per tal d'alinear-la amb els requeriments del present pla i garantir una experiència de consulta clara i coherent.
- **Instagram com a aparador**
 - Ús principalment visual i emocional per mostrar la vida de l'escola i l'AFA.
 - Publicacions sincronitzades amb el calendari editorial.
 - Enllaç permanent a la web per ampliar informació.
- **Seccions fixes i freqüència mínima a Instagram**
 - Per garantir constància i reconeixement, es fixa un mínim de **dues publicacions setmanals** (mitjana trimestral), combinant:s
 - **Agenda i recordatoris** (inscripcions, terminis, activitats properes).
 - **Relat comunitari:** fotografies, vídeos curts i testimonis que mostrin el dia a dia de l'AFA i l'escola.

- **Seccions fixes:** com ara “*Sabies que...?*” (curiositats i dades sobre l’AFA) o “*Imatge de la setmana*” (moment destacat en foto).

Aquestes línies editorials s’inclouran al calendari compartit i tindran un manual de to i permisos d’imatge bàsic, per facilitar el relleu i mantenir la coherència.

- Coherència gràfica i de missatge
 - Ús d’una identitat visual unificada (tipografia, colors i estil de publicacions).
 - Missatge alineat amb els valors de l’AFA i el projecte educatiu de l’Escola Colors.
- Infografia permanent “Què fem” de l’AFA (resum de serveis i funcions)
 - **Partirem de la peça informativa existent (“Què fem?”)** i n’elaborarem una versió ampliada i actualitzada que incorpori, de manera sintètica i verificable, els serveis i activitats, el destí orientatiu de les quotes i els principals beneficis de ser soci/a.
 - **Ús previst:** web (recurs fix) i reutilització puntual a Instagram, assemblees i campanyes d’inscripció, segons necessitats.
 - **Actualització:** revisió anual (juny–juliol) coordinada per Comunicació, amb dades aportades per les comissions.
 - **Qualitat i permisos:** criteris d’accessibilitat (contrast i llegibilitat) i validació interna abans de publicar.

6.3. Conclusions del capítol

Amb una planificació ordenada i una estratègia coherent, la web i les xarxes socials es convertiran en **canals centrals i complementaris**:

- La **web** com a repositori permanent i espai de consulta.
- **Instagram** com a aparador proper i dinàmic.
- Un **calendari editorial únic** que garanteixi regularitat, claredat i coordinació amb la resta de canals.

Aquest model reforçarà la visibilitat de l’AFA, millorarà l’accés a la informació i projectarà una imatge més professional i coherent de l’associació davant les famílies i l’entorn.

7. IMATGE I IDENTITAT DE LA COMUNICACIÓ

7.1. Anàlisi de la identitat visual actual

La identitat visual de l’AFA Escola Colors s’ha desenvolupat de manera poc estructurada al llarg dels anys. Encara que el logotip actual ha servit com a element de reconeixement, la imatge global presenta mancances importants:

- **Logotip:** simpàtic i vinculat a l’esperit escolar, però amb limitacions tècniques (sense versions vectorials, monocromàtiques o simplificades) i amb un estil visual ja desgastat.
- **Colors:** absència d’una paleta corporativa definida. S’han utilitzat combinacions diverses segons cada activitat, la qual cosa genera heterogeneïtat i falta de reconeixement.
- **Tipografies:** ús aleatori de fonts en cartells, comunicats i xarxes socials, sense un criteri unificat.
- **Plantilles i formats:** inexistents. Cada comissió ha elaborat materials amb estils propis, cosa que provoca manca de coherència.
- **Percepció externa:** aquesta diversitat resta professionalitat i pot transmetre la idea d’una associació menys estructurada del que realment és.

En conjunt, la identitat visual actual ha estat funcional, però no garanteix **coherència, reconeixement ni solidesa institucional**.

7.2. Objectius de la nova identitat visual

A partir de les mancances detectades, l'AFA Escola Colors es proposa desenvolupar una **nova identitat visual** que sigui clara, moderna i coherent, capaç de reforçar el reconeixement i la credibilitat de l'associació.

Els objectius principals són:

- **Unificació visual:** establir criteris comuns en l'ús del logotip, colors, tipografies i formats per assegurar coherència en totes les comunicacions.
- **Versatilitat tècnica:** disposar d'un logotip evolutiu amb versions adaptades (color, monocrom, negatiu, simplificada) i aplicable a diferents suports (digitals i físics).
- **Manual bàsic d'imatge corporativa:** elaborar una guia que reculli els elements gràfics (paleta cromàtica, tipografies, plantilles) i exemples pràctics d'ús.
- **Identitat inclusiva i accessible:** garantir contrastos adequats, llenguatge visual no sexista i materials fàcilment llegibles per a tothom.
- **Cohesió institucional:** projectar una imatge que reflecteixi els valors de l'AFA i que sigui reconeguda de manera immediata per les famílies i la comunitat educativa.

En síntesi, la nova identitat no és només un canvi de logotip, sinó una **estratègia integral** per aconseguir que totes les comunicacions de l'AFA parlin amb una sola veu i amb una estètica comuna.

7.3. Elements participatius i emocionals

La nova identitat visual de l'AFA Escola Colors no ha de ser només un projecte tècnic, sinó també un **procés participatiu i de vinculació emocional** amb les famílies i l'alumnat. Per això, es proposa:

- **Concurs d'idees**
 - Implicació de l'alumnat i les famílies en la generació de propostes creatives (logotip, mascota, lema).
 - Les propostes guanyadores serviran com a inspiració i referència per al disseny professional posterior.
 - El concurs es planteja com una activitat comunitària que reforça el sentiment de pertinença.
- **Mascota de l'AFA**
 - Figura simpàtica i propera que ajudi a connectar especialment amb els infants.
 - Ús en festes, tallers i materials infantils, generant un vincle emocional positiu.
- **Lema institucional**
 - Frase breu i motivadora que expressi els valors de l'AFA: comunitat, participació, col·laboració i inclusió.
 - Ús transversal en comunicacions escrites, digitals i materials de difusió.
- **Presentació pública de la nova imatge**
 - Llançament en un acte obert a les famílies, coincidint amb l'inici d'un curs escolar.
 - Acció simbòlica per reforçar la idea de canvi i il·lusió compartida.

Aquest enfoc participatiu assegura que la nova identitat no sigui percebuda com un element imposat, sinó com una **construcció col·lectiva** que reflecteix els valors i l'esperit de la comunitat educativa.

7.4. Tasques a desenvolupar

Per fer realitat la nova identitat visual de l'AFA Escola Colors, es proposa un **full de ruta en fases**:

1. **Concurs d'idees**
 - Organització i difusió del concurs a l'alumnat i les famílies.
 - Recollida de propostes creatives (logotip, mascota, lema).
 - Exposició pública i votació per escollir finalistes.
2. **Disseny professional del logotip i identitat**
 - A partir de les propostes finalistes, un dissenyador professional desenvoluparà el logotip definitiu i les seves variants tècniques.
 - Creació del **manual bàsic d'imatge corporativa** (logotip, paleta cromàtica, tipografies, plantilles).
3. **Definició del lema i la mascota**
 - Validació del lema més adequat per representar l'AFA.
 - Disseny gràfic de la mascota a partir de la idea guanyadora del concurs.
4. **Preparació del llançament**
 - Planificació d'un acte de presentació de la nova identitat (preferentment a l'inici de curs).
 - Creació de materials de difusió: cartells, publicacions digitals i comunicats.
5. **Implantació progressiva**
 - Substitució de la imatge antiga als canals digitals (web, xarxes socials, comunicats) de manera immediata.
 - Renovació progressiva dels materials físics (cartelleria, banderoles, dossiers) segons disponibilitat i pressupost.
6. **Activació de talent intern**

S'impulsarà una crida a famílies amb experiència en disseny gràfic, comunicació visual, xarxes o edició per col·laborar en el desplegament de la identitat (plantilles, adaptacions, manteniment). Això garantirà un **suport sostenible** sense dependència exclusiva de serveis externs i facilitarà el relleu entre juntes.
7. **Participació de l'alumnat i patrociniis locals**

Es promourà la implicació de l'alumnat en peces puntuals (projectes pedagògics supervisats per mestres) per vincular la identitat amb l'experiència educativa. També s'exploraran patrociniis locals per cobrir materials físics, amb un retorn simbòlic (mencions en xarxes i cartelleria d'esdeveniments).

Aquest conjunt de tasques garanteix que la nova identitat sigui fruit d'un **procés participatiu, tècnicament sòlid i amb un llançament ordenat**, assegurant alhora continuïtat i sostenibilitat en la seva aplicació.

7.5. Aplicació en suport físic i materials impresos

La nova identitat visual també s'implantarà de manera progressiva en els suports físics de l'AFA, per garantir coherència gràfica en tots els punts de contacte amb les famílies.

7.5.1. Materials inclosos

- Cartellera informativa de l'AFA a l'entrada de l'escola.
- Cartells puntuals per assemblees, festes, tallers i activitats comunitàries.
- Infografia anual "Què fem?" (versió impresa + codi QR).
- Fulls informatius sota demanda per a famílies sense accés digital.
- Plantilles físiques de documents oficials (convocatòries, notes internes).

7.5.2. Criteris d'aplicació

- Ús obligatori del logotip, tipografies i paleta cromàtica oficials.
- Producció mínima, sostenible i només per comunicació essencial.
- Tots els materials impresos incorporaran un codi QR a la versió digital.
- Revisió anual coincidint amb la revisió del manual d'identitat visual.

7.6. Conclusions

La identitat visual actual de l'AFA Escola Colors ha estat funcional, però presenta **desgast i manca de coherència**. El logotip i els materials s'han utilitzat sense un criteri unificat, cosa que ha provocat una imatge fragmentada i poc professional davant les famílies i l'entorn.

La renovació proposada no és només un canvi estètic, sinó una **estratègia integral** per reforçar la comunicació i la cohesió interna. La nova identitat ha de complir tres objectius principals:

1. **Professionalitzar la imatge de l'AFA** amb un logotip versàtil i un manual bàsic d'ús.
2. **Crear vincles emocionals** a través de la participació de les famílies, la definició d'un lema i la possible incorporació d'una mascota.
3. **Assegurar coherència i reconeixement** a tots els canals de comunicació, digitals i físics.

Aquesta transformació es durà a terme mitjançant un procés participatiu i progressiu, garantint que les famílies se sentin part del canvi i que la nova identitat es consolidi com a símbol compartit.

En síntesi, la nova imatge de l'AFA és un **element estratègic per reforçar la credibilitat externa i la cohesió interna**, i constitueix una de les fites prioritàries del present Pla de Millora de la Comunicació.

8. CONTINGUTS I PERIODICITAT DE LES COMUNICACIONS

8.1. Antecedents

Fins ara, les comunicacions de l'AFA han estat principalment reactives, responen a necessitats puntuals (convocatòries, recordatoris, activitats). Tot i que útils, aquest sistema ha generat:

- Irregularitat i manca de previsió.

- Informació desigual entre famílies.
- Dependència del dinamisme de cada comissió.

Les famílies necessiten una comunicació **previsible, clara i ordenada**, amb cites fixes que ajudin a organitzar-se i generin confiança.

8.2. Avisos de la setmana

Objectiu:

Oferir a les famílies un resum clar i pràctic de les activitats, terminis i informacions rellevants de la setmana següent. Quan no hi hagi avisos operatius, es farà servir per donar visibilitat al treball de l'AFA i de les seves comissions.

Periodicitat i dia de publicació:

Cada **divendres a la tarda**, de manera estable i predictable per facilitar l'organització familiar.

Contingut:

Inclou exclusivament informació de la setmana següent:

- activitats programades,
- terminis d'inscripció o pagament,
- recordatoris importants,
- voluntariats oberts,
- avisos logístics de serveis.

En setmanes sense contingut operatiu, els Avisos de la setmana inclouran informació de valor sobre el funcionament de l'AFA, els seus serveis i les seves comissions.

Funcionament:

- Les comissions aporten informació quan en tenen.
- La Comissió de Comunicació redacta el missatge.
- La Junta el valida i pot aportar contingut addicional.
- L'enviament el realitza la Comissió de Comunicació o la Junta, segons disponibilitat.

Canal:

Els Avisos de la setmana es difonen només al canal d'avisos de la Comunitat Escola.

To i format del missatge:

To clar i proper, amb un format mixt: una breu frase inicial + una llista de punts amb la informació principal.

8.3. Butlletí trimestral

El butlletí trimestral és un espai informatiu que recull, de manera ordenada i accessible, les novetats més rellevants per a les famílies. La seva estructura i contingut s'adapten a una cadència trimestral per garantir sostenibilitat, claredat i una visió global de l'activitat de l'AFA.

Objectiu general:

Oferir a les famílies un resum clar del trimestre que acaba i informar de manera ordenada sobre el que vindrà el trimestre següent, combinant informació pràctica, transparència i contingut de valor comunitari.

Periodicitat:

Trimestral, amb una publicació al final de cada trimestre del curs escolar.

Contingut orientatiu (no exhaustiu):

Els continguts s'adaptaran a les necessitats de cada trimestre, però poden incloure:

- **Resum del trimestre que acaba** (activitats realitzades, projectes desenvolupats, fites destacades)
- **Calendari del trimestre següent** (festes, jornades especials, activitats de l'AFA, assemblees...)
- **Informació pràctica de serveis** (menjador, extraescolars, espais, esports...)
- **Recordatoris i terminis rellevants** (inscripcions obertes, pagaments, voluntariats...)
- **Contingut comunitari opcional** (petits destacats de comissions, fotografies d'activitats, iniciatives de voluntariat...)

Aquestes seccions es poden activar o desactivar segons el volum de contingut del trimestre.

Participació de l'Escola:

El butlletí trimestral és un contingut propi de l'AFA. L'escola no hi participa de manera regular, tot i que pot fer referència a activitats o iniciatives compartides quan sigui pertinent.

Format i difusió:

El butlletí es generarà en format PDF, a partir d'una plantilla estable definida per la Comissió de Comunicació.

La Comissió de Comunicació redacta el contingut, la Junta el revisa i Comunicació el maquetarà. Es difondrà a través del canal d'avisos de la Comunitat Escola i es publicarà també a la Web de l'AFA.

8.4. Contingut audiovisual de vinculació comunitària

L'AFA preveu elaborar contingut audiovisual per reforçar la transparència i donar visibilitat a la vida comunitària. El format i la periodicitat s'adaptaran en funció de la col·laboració de l'escola i de la viabilitat del projecte.

Proposta a l'escola:

L'AFA ha plantejat a la direcció escolar la possibilitat d'explorar una col·laboració amb el projecte de ràdio del centre. Actualment existeix interès, però els detalls operatius (periodicitat, participació infantil, ús del material i dinàmica) s'estudiaran conjuntament de cara al proper curs.

L'AFA no fixa rols ni assigna tasques fins que l'escola determini com vol participar-hi.

Fins que no es valori aquesta viabilitat, aquest contingut no es considera un format estructural del pla.

8.4.1. Si l'escola hi participa → Programa d'àudio

En cas que la direcció escolar confirmi l'encaix de la proposta:

- **Format:** àudio de 5–12 minuts.



- **Periodicitat:** La periodicitat del programa d'àudio podrà ser **trimestral o anual**, en funció de com es pugui encaixar amb el programa de ràdio del centre i de la disponibilitat organitzativa i pedagògica de l'escola.
- **Contingut:** resum del període treballat, petites seccions informatives i comunitàries, i participació infantil segons criteri i organització del centre.
- **Enfoc:** contingut senzill i sostenible, sense produccions complexes.

Aquest model dona continuïtat al projecte de ràdio escolar, sempre que el centre ho consideri adequat.

8.4.2. Si l'escola no hi participa → Vídeo breu trimestral

Quan la participació infantil no sigui viable, l'AFA elaborarà un vídeo curt de resum:

- **Durada:** 45–90 segons.
- **Format:** seqüència de fotos i clips curts amb música.
- **Periodicitat:** En absència de participació de l'escola, l'AFA elaborarà aquest contingut **amb una periodicitat anual**, sempre que hi hagi capacitat real de voluntariat.
- **Contingut:** activitats de l'any, projectes de comissions i moments destacats.

Aquesta alternativa permet disposar d'un contingut audiovisual lleuger i sostenible per al voluntariat.

Difusió:

- Canal d'avisos de la Comunitat Escola
- Web de l'AFA
- Instagram (opcional)

8.5. Sistema audiovisual i pilot d'enregistrament (opcional)

Per reforçar la transparència i ampliar els formats de comunicació, l'AFA pot incorporar un sistema audiovisual bàsic que permeti enregistrar o retransmetre activitats puntuals. L'objectiu no és augmentar la càrrega de treball, sinó disposar d'una eina flexible que es pugui utilitzar quan aportï valor a la comunitat educativa.

Aquest sistema es planteja com un **recurs opcional i escalable**, adaptat a la disponibilitat del voluntariat i als permisos de cada activitat.

8.5.1. Finalitat i abast

El sistema audiovisual permetrà:

- enregistrar activitats rellevants (assemblees, xerrades, tallers...),
- publicar-les en diferit per facilitar l'accés a les famílies que no hi han pogut assistir,
- i, quan el format i el ponent ho permetin, realitzar retransmissions en directe (*streaming*) a través de YouTube.

La decisió d'enregistrar, retransmetre o no fer cap registre es prendrà **cas per cas**, tenint en compte:

- la naturalesa de l'activitat,
- el criteri del ponent o entitat que la imparteixi,
- els permisos d'imatge i so,

- i la disponibilitat del voluntariat tècnic.

8.5.2. Sistema tècnic mínim

Per garantir un ús senzill i sostenible, el sistema es basarà en:

- telèfon mòbil o càmera,
- trípode,
- microfonia bàsica,
- connexió estable,
- espai al Drive per a l'arxiu intern,
- i un **canal de YouTube de l'AFA** com a plataforma de publicació i *streaming*.

Aquest equipament permet un grau de qualitat suficient sense necessitat d'inversions elevades.

8.5.3. Criteris d'ús (decisió activitat per activitat)

Per cada activitat es valorarà:

- **Si té sentit enregistrar-la** (interès comunitari, valor pedagògic, informació pràctica...).
- **Si el ponent hi està d'acord** i vol que es gravi o emeti en directe.
- **Si és viable fer streaming** o és preferible enregistrar i publicar en diferit.
- **Si hi ha recursos humans disponibles** (mínim una persona gravant i, si cal, moderant el xat).
- Si es disposa de drets d'imatge per publicar-la.

Aquest sistema evita obligacions i manté la flexibilitat total.

8.5.4. Arxiu i difusió

- **YouTube** serà la plataforma principal per publicar els vídeos i realitzar *streaming*.
- La web de l'AFA enllaçarà els continguts audiovisuals com a **arxiu permanent**.
- Quan correspongui, la difusió es farà a través del **canal d'avisos de la Comunitat Escola**.

Aquest model assegura accessibilitat i traçabilitat sense generar dependència d'un sol canal.

8.5.5. Responsabilitats

La **Comissió de Comunicació** coordinarà el sistema audiovisual, gestionarà la configuració del canal de YouTube i definirà, cada curs, quines activitats poden ser enregistrades o retransmeses. El suport tècnic es farà sempre que hi hagi voluntariat disponible.

El caràcter és **opcional**, escalable i condicionat a la capacitat real del projecte.

8.6. Coordinació amb l'escola

La coordinació entre l'AFA i la direcció escolar és clau per garantir una comunicació ordenada, coherent i útil per a les famílies. Aquesta coordinació no implica cap dependència: cada part manté plena autonomia sobre els seus continguts i canals, però treballa amb criteris compartits per evitar saturació i duplicacions innecessàries.

Autonomia i coherència compartida

L'AFA manté autonomia total sobre els seus continguts, formats i calendari editorial. Quan ho consideri oportú, pot informar la direcció escolar de les publicacions recurrents (com els avisos

dels divendres) per evitar solapaments i assegurar coherència amb la comunicació general del centre.

Aquesta comunicació prèvia no implica validació ni autorització.

Difusió de continguts de l'escola

Com que l'escola ha deixat d'utilitzar xarxes socials, l'AFA podrà donar suport a la difusió de fins a tres activitats del centre per curs a través d'Instagram. Aquestes activitats seran acordades amb la direcció escolar i quedaran recollides anualment en aquest apartat: **(espai per definir les tres activitats amb l'escola).**

Aquesta col·laboració és puntual i no suposa assumir tasques de producció ni gestió pedagògica.

Coordinació de calendari

Per facilitar la lectura de les famílies, i sempre que sigui possible, es procurarà no publicar el mateix dia que la direcció escolar al canal d'avisos de la Comunitat Escola. No es tracta d'una norma rígida, sinó d'un criteri de bona pràctica per evitar la dispersió de la informació.

Canal compartit: Comunitat Escola

Al canal d'avisos:

- La direcció escolar envia la informació pròpia del centre.
- L'AFA envia els seus continguts de manera autònoma. Les dues parts respecten els espais i formats, mantenint criteris de claredat i no interferència.

Activitats conjuntes i registre audiovisual

En activitats coorganitzades amb l'escola (per exemple, xerrades, tallers o jornades), l'AFA coordinarà amb la direcció si és pertinent gravar-les o fer-ne streaming, sempre segons el criteri del ponent i els permisos corresponents. Aquesta decisió serà cas per cas i no forma part d'una obligació estructural.

8.7. Conclusions del capítol

Els formats definits en aquest capítol estableixen una estructura de comunicació estable, clara i fàcil d'anticipar per a les famílies. Cada peça té una funció pròpia i complementària que, combinada, reforça la qualitat informativa i la presència comunitària de l'AFA.

- **Els Avisos de la Setmana** aporten immediatesa i ordenació, oferint a les famílies una previsió clara i recurrent dels elements pràctics de la setmana següent.
- **El Butlletí trimestral** ofereix una mirada global, combinant informació pràctica del mes vinent, transparència del que s'ha fet i, quan hi ha contingut, elements comunitaris que donen identitat i sentit de pertinença.
- **El contingut audiovisual** amplia el relat de l'AFA d'una manera accessible i atractiva. Quan l'escola hi participa, l'àudio permet incorporar la veu dels infants i connectar amb el projecte de ràdio del centre, amb una periodicitat adaptable a les possibilitats del centre. Si no és viable, el vídeo de resum anual facilita un balanç visual sostenible per al voluntariat.

Amb una coordinació adequada amb l'escola —respectant l'autonomia de cada part, evitant solapaments quan sigui possible i col·laborant en aquells punts que aporten valor real—, aquests formats consoliden la comunicació de l'AFA com a:

- ordenada,
- fiable,
- coherent,
- propera,
- i sostenible en el temps.

Aquest model reforça la relació entre famílies, escola i AFA, i projecta una imatge clara i professional de l'associació davant de tota la comunitat educativa.

9. DESENVOLUPAMENT MITJANÇANT PROTOCOLS I MANUALS OPERATIUS

Aquest Pla de Millora de la Comunicació té caràcter estratègic: defineix la diagnosi, els objectius, les línies de treball i les accions prioritàries.

No entra, però, en el detall de com s'han d'executar cadascuna de les accions, ja que aquests aspectes requereixen flexibilitat i actualització periòdica.

Per garantir un desplegament operatiu coherent, la Comissió de Comunicació elaborarà i mantindrà actualitzats una sèrie de protocols i manuals complementaris.

Aquests documents tindran caràcter viu i es revisaran cada curs, sense necessitat de modificar el present pla. La seva aprovació i revisió correspondrà a la junta de l'AFA, amb participació de les comissions implicades, i definiran els criteris de priorització, activació i sostenibilitat de les accions segons la capacitat real del voluntariat.

Cap acció prevista en aquest Pla s'activarà o es mantindrà si suposa una sobrecàrrega no assumible per a l'equip de voluntariat o compromet la continuïtat del sistema de comunicació.

9.1 Protocols i manuals previstos

Durant el període d'implantació del pla (cursos 2025–2029), la redacció dels protocols i manuals es durà a terme de manera progressiva, segons les necessitats detectades i la capacitat real del voluntariat.

Els protocols i manuals que es descriuen a continuació tenen caràcter orientatiu i no vinculant, i no generen obligacions automàtiques ni exigibles. La seva redacció, activació i aplicació efectiva restaran sempre condicionades a la capacitat real del voluntariat, a la disponibilitat de recursos i a les prioritats que, en cada moment, estableixi la junta de l'AFA.

- Protocol de la Comunitat AFA (intern): normes de coordinació i funcionament de la comunitat interna de l'AFA (junta i comissions). Inclou criteris de nomenclatura i ús compartit del Drive, gestió dels correus oficials, calendari intern i canals de validació dels comunicats abans de fer-los públics.
- Protocol d'ús de la Comunitat Escola: definició de rols d'administració, normes bàsiques de conducta, canals per a missatges urgents i alternatives per a famílies sense accés a WhatsApp.
- Protocol de gestió de la bústia digital: criteris de classificació, derivació, registre intern, terminis de resposta i gestió d'incidències.
- Manual de xarxes socials i web: to comunicatiu, freqüència de publicació, seccions fixes, permisos d'imatge i criteris d'accessibilitat digital.
- Guia d'imatge i identitat visual: aplicació del logotip, tipografies, colors, plantilles i normes bàsiques d'ús.
- PNT de relació institucional: procediments d'interlocució amb l'escola, l'Ajuntament i altres entitats col·laboradores.



- Kit de traspàs i acollida de voluntariat: carpeta bàsica amb la informació necessària per a nous membres de la junta o de les comissions.
- Protocol de permisos i accessibilitat: gestió de dades i imatges de menors, política de retenció i adaptacions per a famílies amb necessitats especials.

9.2 Naturalesa d'aquests documents

- Tindran un format breu i pràctic, amb instruccions concretes i fàcilment aplicables.
- Podran ser revisats i actualitzats cada curs acadèmic, segons les necessitats i l'experiència acumulada.
- Formaran part del conjunt documental de l'AFA com a annexos vius, vinculats però independents del pla.

10. SEGUIMENT I IMPLANTACIÓ

10.1. Indicadors d'avaluació (KPI)

A efectes de seguiment, es consideren indicadors clau estructurals aquells vinculats a la regularitat de la comunicació periòdica, a l'ús dels canals institucionals i a la percepció de claredat per part de les famílies. La resta d'indicadors es faran servir com a eines de seguiment i millora contínua.

L'avaluació de la comunicació s'ha de basar en indicadors que mesurin tant la **difusió** com l'**impacte real**. Alguns exemples:

- **Periodicitat i compliment:** % d'avisos, butlletins i programes publicats dins del termini.
- **Abast digital:** lectures a la Web, interaccions a Instagram, obertura de correus.
- **Impacte real en serveis i activitats:**
 - Extraescolars → comparar inscripcions abans/després de campanyes de comunicació.
 - Menjador → seguiment de participació en enquestes de satisfacció després de difusió.
 - Festes i voluntariats → nombre de famílies participants en relació amb la comunicació prèvia.
- **Participació i satisfacció de famílies:** enquestes breus anuals sobre la claredat i l'eficàcia de la informació rebuda.
- **Temps de resposta:** dies/hores de mitjana en respondre missatges de famílies.

Aquests indicadors s'han de **definir i revisar conjuntament amb les altres comissions**, ja que la comunicació és una eina transversal i no un fi en si mateix.

També s'avaluarà l'elaboració i actualització anual dels protocols i manuals operatius previstos al capítol 9, com a part del desplegament del pla.

10.2. Revisió periòdica

- **Informe intern anual:** elaborat per la comissió de comunicació amb dades de tots els canals.
- **Revisió conjunta:** trobada anual amb junta i representants de comissions per valorar els resultats i ajustar estratègies.
- **Feedback amb direcció escolar:** revisar coordinació de calendari i utilitat del canal Escola.
- **Revisió i actualització anual dels protocols i manuals operatius,** amb possibilitat de crear-ne de nous segons necessitats emergents.

10.3. Recursos i responsabilitats

- **Comissió de comunicació:** lideratge i coordinació general.
- **Comissions temàtiques:** aporten continguts i dades d'impacte (ex. extraescolars, menjador).
- **Junta directiva:** garanteix coherència estratègica i relació amb direcció escolar.
- **Direcció escolar:** col·laboració en la Comunitat Escola i calendaris conjunts.
- **Recursos necessaris:** hores voluntàries, suport tècnic puntual (ex. logotip), eines digitals gratuïtes.

La Comissió de comunicació és responsable de la redacció i manteniment dels protocols i manuals operatius, amb ajuda, col·laboració i validació en junta i coordinació amb les comissions implicades.

10.4. Riscos i mesures de control

- **Saturació informativa** → limitar comunicacions extraordinàries a casos justificats.
- **Manca de constància** → establir relleus i protocols d'ús de canals.
- **Solapament amb escola** → coordinació regular de calendaris.
- **Canvi de voluntariat** → kit d'acollida i protocol de traspàs.
- Baixa participació al concurs o programa d'àudio → reforçar implicació docent i familiar.

10.5. Calendari d'implantació

Curs 2025–2026

Fonaments i proves pilot

- Redacció, validació i aprovació del Pla de Millora de la Comunicació.
- Implantació inicial dels canals institucionals:
 - Comunitat AFA (ús intern),
 - Comunitat Escola (fase pilot),
 - correus institucionals (general, comissions i càrrecs),
 - Drive organitzat per comissions.
- Consolidació del correu institucional general com a canal únic de contacte transversal amb les famílies.
- Primera prova dels **Avisos de la setmana** (canal d'avís de la Comunitat Escola).
- Primera prova del **Butlletí trimestral**.
- Primera prova d'**espais d'escolta** (format trimestral).
- Activació, comunicació i posada en funcionament de la **bústia física** a l'escola.
- Revisió inicial de l'estructura, categories i jerarquia de continguts de la Web de l'AFA.
- Definició i posada en marxa del **calendari editorial integrat** (Web + Instagram).
- Creació, publicació i difusió de la **infografia permanent "Què fem?"** (web i reutilització a xarxes).
- Inici de la redacció progressiva dels protocols i manuals operatius del capítol 9.
- Elaboració del primer informe intern de seguiment comunicatiu (final de curs).

Curs 2026–2027

Desplegament complet del model

- Implantació estable i regular dels **Avisos de la setmana**.

- Implantació estable del **Butlletí trimestral**.
- Activació i ús regular de la **bústia digital** (formulari web).
- Consolidació del sistema Famílies → AFA (bústies, correus i espais d'escolta).
- Aplicació completa de la **reestructuració de la Web** (navegació, categories i continguts).
- Sincronització regular d'**Instagram** amb el calendari editorial.
- Publicació i aprovació progressiva dels **protocols i manuals operatius prioritaris**.
- Coordinació estable amb la direcció escolar:
 - revisió de calendaris,
 - funcionament del canal d'avisos de la Comunitat Escola.
- Revisió anual formal de la coordinació comunicativa amb la direcció escolar.
- Actualització anual de la infografia "Què fem?" (juny–juliol).
- **Enquesta anual a les famílies** sobre claredat i utilitat de la comunicació.
- **Informe anual de comunicació** amb indicadors i retorn intern.
- Organització i realització del **concurs de logotip**.

Curs 2027–2028

Identitat visual i formats avançats

- Desenvolupament professional del **logotip guanyador**.
- Creació, validació i publicació del **Manual d'identitat visual**.
- Acte públic de presentació de la nova identitat visual de l'AFA.
- Implantació progressiva de la nova imatge:
 - Web,
 - Instagram,
 - plantilles,
 - documents institucionals.
- Consolidació o ajust dels **continguts audiovisuals**, segons viabilitat i coordinació amb l'escola.
- Inici del pilot de streaming i arxiu audiovisual (segons capacitat real).
- Revisió anual dels protocols i manuals operatius.
- Actualització anual de la infografia "Què fem?" (juny–juliol).
- Enquesta anual a les famílies.
- Informe anual de comunicació.
- Organització i realització del **concurs de lema institucional**.

Curs 2028–2029

Revisió global i consolidació del model

- Revisió global del període **2025–2029**, basada en indicadors i informes anuals.
- Ajustos finals del **calendari editorial** i de l'estructura de la Web.
- Consolidació definitiva de la **identitat visual** en tots els suports.
- Revisió i actualització global de tots els protocols i manuals operatius.
- Actualització i tancament del **Kit de traspàs i governança**.
- Actualització anual de la infografia "Què fem?" (juny–juliol).
- **Enquesta final a les famílies** sobre el model de comunicació.
- Informe final de comunicació del mandat 2025–2029.
- Organització del **concurs de mascota** (opcional, segons capacitat i consens).

Qualsevol acció que no aparegui en aquest calendari no es considera obligatòria ni estructural, encara que estigui descrita al pla, i només s'activarà si hi ha capacitat real de voluntariat.

11 · PLANIFICACIÓ PRESSUPOSTÀRIA

11.1. Objectiu del capítol

Aquest capítol estableix un criteri estable de planificació i comunicació econòmica amb les famílies, amb l'objectiu de reforçar la transparència, la previsibilitat i la confiança en la gestió de l'AFA Escola Colors.

El pressupost no es concep únicament com una eina interna de gestió, sinó com un instrument de comunicació institucional. Permet explicar amb claredat què es preveu fer durant el curs, amb quins recursos es farà i amb quin grau de validació col·lectiva. D'aquesta manera, el pressupost esdevé una peça clau del relat institucional de l'AFA envers les famílies.

11.2. Principi de planificació anticipada

Per evitar decisions improvisades durant el curs i garantir una comunicació clara, ordenada i coherent amb les famílies, s'estableix com a criteri estructural que totes les actuacions amb impacte econòmic rellevant s'han de preveure abans de l'inici del curs escolar.

Aquest principi permet anticipar les línies d'actuació, comunicar-les amb temps suficient, evitar canvis sobtats o missatges reactius i generar un marc compartit de confiança. La previsió pressupostària és, per tant, una eina essencial per a una comunicació honesta i responsable.

11.3. Sol·licitud anual de pressupostos

Cada any, abans de l'inici del curs escolar, la junta de l'AFA sol·licitarà pressupostos per a tots aquells treballs externs, compres o actuacions previstes que comportin una despesa rellevant.

Aquesta sol·licitud inclourà, com a mínim:

- serveis professionals o treballs externs,
- produccions o activitats subcontractades,
- materials, equipaments o recursos tècnics,
- qualsevol actuació no ordinària amb impacte econòmic.

Aquest procés permet definir amb precisió l'abast de les actuacions, ajustar-les a la capacitat econòmica de l'AFA i presentar a les famílies una proposta clara, realista i fonamentada.

11.4. Definició del pressupost anual

A partir dels pressupostos recollits, la junta elaborarà una proposta de pressupost anual coherent amb els objectius del projecte de direcció, les prioritats definides per les comissions i la situació econòmica real de l'AFA.

El pressupost anual actua com un marc de compromisos públics, que vincula les accions previstes amb els recursos disponibles i estableix un criteri clar de responsabilitat en la presa de decisions.

11.5. Aprovació en Assemblea General Ordinària (AGO)

La proposta de pressupost anual es presentarà per a la seva aprovació a l'Assemblea General Ordinària d'inici de curs.

Aquesta aprovació permet validar col·lectivament les línies d'actuació previstes, legitimar l'ús dels recursos de l'AFA i establir un marc econòmic compartit amb les famílies des del començament

del curs. Un cop aprovat, el pressupost esdevé el marc de referència comunicat a tota la comunitat educativa.

11.6. Execució i coherència comunicativa durant el curs

Durant el curs, la junta executarà el pressupost aprovat amb criteris de coherència, responsabilitat i respecte pel marc validat en assemblea.

Qualsevol desviació rellevant o actuació no prevista haurà de ser valorada per la junta i comunicada adequadament a les famílies, utilitzant els mecanismes de validació que corresponguin segons el seu abast. Això garanteix que la comunicació econòmica sigui coherent i transparent durant tot el curs.

11.7. Retorn i tancament del cicle comunicatiu

Al final del curs, en el marc de l'assemblea corresponent, la junta presentarà el grau d'execució del pressupost, les principals actuacions realitzades i, si escau, les desviacions produïdes i les seves causes.

Aquest retorn permet tancar el cicle complet de comunicació econòmica —planificació, aprovació, execució i rendició de comptes— i constitueix la base per a la planificació del curs següent.

12. CONCLUSIONS GENERALS

El Pla de Millora de la Comunicació de l'AFA Escola Colors estableix un **model estructurat, professional i participatiu** per als pròxims cursos.

Els punts clau són:

- **Canals definits per interlocutor**, amb fluxos clars de comunicació interna i externa.
- **Un model bidireccional complet**, amb vies estructurades perquè les famílies puguin comunicar-se directament amb l'AFA de manera ordenada i traçable.
- **Xarxes socials i web** amb calendari editorial i arxiu únic de referència.
- **Identitat visual renovada** com a eina de cohesió i reconeixement.
- **Continguts recurrents** (setmanal, mensual, trimestral) que aporten estabilitat i confiança.
- **Seguiment amb indicadors** que vinculen comunicació i resultats reals en serveis i activitats.
- **Procés participatiu** amb infants i famílies en elements com el concurs de logotip, lema o programa d'àudio.

Aquest pla no és només una guia tècnica: és una eina per **donar veu a la comunitat educativa**, reforçar la **credibilitat externa** i assegurar que l'AFA continuï sent un actor actiu i imprescindible en la vida de l'Escola Colors.