

## **CASO 10**

# **EL CASO DE LA COMUNICACIÓN CIRCULAR DE PLENA INCLUSIÓN: DE LAS GRANDES ESTRATEGIAS A LAS ACCIONES MÁS LOCALES EN CASTILLA-LA MANCHA**

**José María Herranz de la Casa**

Universidad de Castilla-La Mancha  
 *josemaria.herranz@uclm.es*

**Sara García-Caballero**

Universidad Carlos III de Madrid  
 *gcaballe@hum.uc3m.es*

## **RESUMEN**

*En el siguiente caso se realiza un recorrido por la gestión de la comunicación de Plena Inclusión España en general y de la federación Plena Inclusión Castilla-La Mancha, en particular. A lo largo de más de 60 años de existencia, la gestión de la comunicación y especialmente todo lo relativo a la identidad, como sus valores, cultura corporativa e historia, son un ejemplo para cualquier organización del sector de la economía social.*

*En este texto se analiza la gestión de la comunicación, incidiendo en los aspectos significativos de su comunicación circular entendida esta circularidad como un proceso multicapa y permeable a las directrices nacionales y regionales, pero que a su vez retroalimenta a la confederación y las federaciones desde las cerca de 1.000 organizaciones locales que forman Plena Inclusión.*

*Desde la comunicación interna hasta la comunicación externa, pasando por la incidencia política y el trabajo desarrollado a través de las redes sociales, Plena Inclusión ha sabido adaptarse a los tiempos y a las circunstancias como la pandemia. Todo un reto comunicativo comparable a su transformación de identidad, dejando atrás su nombre de nacimiento FEAPS, para pasar a llamarse Plena Inclusión en 2016.*

*Por último, se explican dos desafíos futuros como son la integración de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible a su quehacer diario y seguir manteniendo la estrategia de comunicación como un medio para alcanzar los fines sociales, que son mejorar la atención y desarrollo de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo y darles el protagonismo en la toma de sus decisiones.*

## ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. El espacio de Plena Inclusión en el sector no lucrativo**
  - 2.1. El sector no lucrativo en España
  - 2.2. El sector no lucrativo en Castilla-La Mancha
  - 2.3. Plena Inclusión, una gran familia de personas y organizaciones
- 3. La gestión de la comunicación en Plena Inclusión España y Castilla-La Mancha**
  - 3.1. Canales y herramientas de comunicación
  - 3.2. Las peculiaridades de la comunicación en Castilla-La Mancha
  - 3.3. Año 2016: la comunicación de la identidad como oportunidad transformadora
  - 3.4. El reto comunicativo durante la Covid-19
- 4. Dos desafíos futuros para gestionar la comunicación**
- 5. Bibliografía**

## 1. INTRODUCCIÓN

Plena Inclusión es un caso de estudio relevante por el sistema de gestión de la comunicación que desarrolla. Con casi 1.000 organizaciones a lo largo de toda España, con distintos tamaños, historias e idiosincrasias, Plena Inclusión ha sabido desde sus inicios seguir creciendo con el objetivo puesto en el cuidado y la evolución de las personas con discapacidad intelectual. Un movimiento asociativo que nace por la necesidad de las familias de mejorar la atención y desarrollo de sus allegados y que ha logrado a lo largo de los casi 60 años de historia generar una cultura corporativa que le ha permitido ser conocida en el ámbito de la discapacidad. La gestión de la comunicación, desde la confederación nacional hasta las entidades locales, es un ejemplo de cómo con un fin común –el bienestar de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo–, se pueden alcanzar cualquiera de los objetivos que se propongan. Para la elaboración de este estudio de caso, además de toda la documentación disponible en las webs corporativas de Plena Inclusión, se ha contado con la participación de dos responsables de comunicación: José L. Corretjé, director de comunicación de Plena Inclusión España, y de Ricardo Barceló, responsable de comunicación y accesibilidad de Plena Inclusión Castilla-La Mancha.

## 2. EL ESPACIO DE PLENA INCLUSIÓN EN EL SECTOR NO LUCRATIVO

Plena Inclusión España es la organización referente española dedicada a la atención de las personas con discapacidad intelectual. Nace en el año 1964 con el nombre de FEAPS (Federación Española de Asociaciones Pro Subnormales) por la necesidad de padres y madres de mejorar la atención de sus familiares con discapacidad intelectual o del desarrollo. Desde su fundación en Valencia el 26 de abril de 1964, ha ido creciendo y profesionalizándose. Pero antes de profundizar en los aspectos de la propia organización, vamos a ubicarla en el contexto del sector no lucrativo español.

### 2.1. El sector no lucrativo en España

Para hablar del sector no lucrativo en España, es importante situarlo primero dentro de un espacio como la Economía Social. Siguiendo las aportaciones de Chaves y Monzón (2018, p. 14):

*La economía social integra dos grandes subsectores: a) el subsector de mercado o empresarial y b) el subsector de productores no de mercado. El primer subsector estaría integrado fundamentalmente por cooperativas, mutualidades y otras*

*empresas sociales que obtienen sus recursos fundamentalmente de la venta de bienes y servicios en el mercado mientras el segundo subsector estaría integrado fundamentalmente por las instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares y lo que en otras tradiciones científicas se ha denominado el nonprofit sector (tercer sector no lucrativo).*

Según las cifras de la web de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), las empresas de la Economía Social representan el 10% del PIB en España y el 12,5% del empleo estatal, con un 80% de contratos indefinidos y un total de empleos directos e indirectos de 2.184.234 en el año 2019. En Castilla-La Mancha, la economía social aglutina a 6.821 entidades que generan casi 40.000 empleos, de los cuales más de 39.000 corresponden al subsector de mercado, y en total supone "un Valor Añadido Bruto (VAB) de más de 500 millones de euros" (Carrasco y Hernández, 2020, pp. 11, 437 y 439).

Si centramos el foco en la parte del sector no lucrativo, el último Estudio del Tercer Sector de Acción Social (Gómez, 2020), que no supone el total de organizaciones, pero que agrupa a la mayoría de las organizaciones del sector (1.027 entidades) ofrece datos como que las personas remuneradas suponen cerca del 3% de la población ocupada de la Encuesta de Población Activa (EPA) y se caracterizan por su elevada cualificación con un 74% de personas con estudios superiores. En el sector, colaboran más de 1 millón de personas voluntarias y se alcanza a numerosos colectivos realizando cerca de 43 millones de atenciones directas. El peso total en la economía se acerca al 1,45% del Producto Interior Bruto (PIB), siendo los ingresos procedentes de financiación pública en un 41%, de financiación privada un 26% y un 33% propia.

En este sector no lucrativo estaría ubicado Plena Inclusión, al igual que otras organizaciones como Manos Unidas, Greenpeace u Oxfam. La singularidad de las organizaciones que forman no solo la economía social, sino especialmente el sector no lucrativo, ha impedido, en muchas ocasiones, dotar a la economía social de un mensaje unificado para que las organizaciones sean percibidas. En este sentido, ya señalaba hace años Davant (2003, p. 411), que esta dificultad no es solo propia de España:

*Pese a la diversidad de las estructuras y de las acciones que ha llevado a cabo la economía social tanto a nivel francés como europeo, no ha ganado suficiente transparencia y coordinación. Entre todas estas iniciativas, no existe un hilo conductor lo suficientemente sólido, una línea política clara y coherente. Hemos hecho rimar a menudo diversidad y pluralidad con cacofonía y dispersión. Éstos son, hemos de reconocerlo, los males que ha sufrido y sufre todavía la economía social.*

Esta puede ser una de las razones por las cuales los ciudadanos siempre han tenido dificultades para identificar y diferenciar claramente la naturaleza de las organizaciones de la economía social, a pesar de estar conviviendo con ellas desde hace décadas.

## 2.2. El sector no lucrativo en Castilla-La Mancha

El sector no lucrativo en Castilla-La Mancha, según los datos aportados por Alarcón (2020, p. 230):

*Está formado por casi 3.390 entidades, de las cuales 2.864 tienen asalariados, que suponen una densidad de entidades SFL con asalariados en CLM sobre las entidades totales de la región –también con asalariados– del 3,9% (592.600 personas). Esta densidad está por debajo de la media nacional, que es del 5,1%.*

Esto supone 592.600 personas con empleo remunerado y 312.605 de voluntarios. Dentro de estos datos, hay que destacar a tres entidades singulares como son la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Cruz Roja Española y Cáritas Española como "las tres entidades no lucrativas que emplean a más personal remunerado en este sector", generando en España un 15,5% y en Castilla-La Mancha un 17,8% (Alarcón, 2020, pp. 247-248).

El informe de 2018 de La Red Europea de Lucha contra la Pobreza y Exclusión Social en Castilla-La Mancha (EAPN, por sus siglas en inglés –*European Antipoverty Network*–), explica que, debido al alto grado de envejecimiento de la población castellanomanchega nos encontramos con consecuencias que afectan al Tercer Sector en dos sentidos:

*Primero, se dará un incremento de las necesidades asociadas con la diversidad funcional ya que aumentarán los años de vida con discapacidad y dependencia funcional. Segundo, asociado al aumento medio de los años de vida saludable de las personas se tenderá a promover un "envejecimiento activo" con las oportunidades inherentes para el Tercer Sector (EAPN CLM, 2018, p. 9).*

En ese momento, Castilla-La Mancha presentaba un panorama social cuyas necesidades de atención eran cada vez mayores, ya que, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), las personas con discapacidad se cifraban en 73.300 personas. En diciembre de 2020, a pesar de los efectos y consecuencias derivados de la pandemia por Covid-19 y de las elevadas tasas de desempleo en todo el país, el informe "El empleo de las personas con discapacidad en el año 2019" realizado por el INE exponía que Castilla-La Mancha se encontraba empatada junto con Aragón con una tasa del 40% de actividad entre el colectivo de las personas con discapacidad, siendo superadas únicamente por Ceuta y Melilla con un 46,3%.

En este contexto, también es importante destacar que Castilla-La Mancha cuenta con una Ley del Tercer Sector Social desde el año 2020, la Ley 1/2020 de 3 de febrero, cuyo objeto es:

*Definir el tercer sector social [...] identificando el conjunto de entidades que los integren, con respeto pleno a las disposiciones normativas específicas aplicables*

*a cada una de ellas y determinar las medidas que fomenten y fortalezcan dichas entidades en consideración a los fines que le son propios.*

*Asimismo, pretende impulsar la cooperación y colaboración de las entidades entre sí y con el sector público, promoviendo su participación y aportación cualificada en el ámbito de la intervención social en general y, en particular, en las políticas y sistemas de responsabilidad pública relacionadas con dicho ámbito (BOE, Ley 1/2020 de 3 de febrero, p. 4).*

Esta nueva legislación seguro que afianza en los próximos años al sector, dándole un impulso de interlocución entre las entidades del sector y la administración autonómica a través de la Comisión para el Diálogo Civil con la Mesa del Tercer Sector Social de Castilla-La Mancha como nuevo órgano colegiado.

## 2.3. Plena Inclusión, una gran familia de personas y organizaciones

Como señalábamos al principio, Plena Inclusión se funda en Valencia el 26 de abril de 1964 con las siglas FEAPS (Federación Española de Asociaciones Pro Subnormales) y desde el año 2016 cambia su denominación e identidad corporativa hacia Plena Inclusión. Según su memoria de 2020, la organización agrupa a 935 entidades de toda España.



Fuente: Memoria de Actividades 2020 Plena Inclusión

Desde su fundación, la organización ha ido creciendo en número de entidades conformadas y es a partir de los años 90, concretamente en 1996 cuando inicia sus congresos nacionales para desarrollar una estrategia conjunta. En 2001 se desarrolla el Foro de Sevilla, que consolida la apuesta por la calidad; en 2005 realizan el Foro de Oviedo, donde se debate el segundo plan estratégico del movimiento asociativo; en 2010 se produce el Congreso Toledo 10; en 2012 el Congreso Año de la Ciudadanía, donde se decidió que debían centrarse en la persona y la familia; en 2013 se incorpora a la junta directiva la primera persona con discapacidad, Raquel Cárcamo; en 2015 se desarrolla el Foro de Oviedo, donde se debate el quinto plan estratégico; en 2018 se conmemora el Año de las Familias, cuyo objetivo era promover la participación de las personas con discapacidad intelectual; y el 24 de septiembre de 2021 en Toledo se constituyó la Plataforma Estatal de Representantes de las Personas con Discapacidad Intelectual o del Desarrollo, un equipo de 22 personas con discapacidad intelectual o del desarrollo que representan a miles de personas con discapacidad intelectual de toda España para reivindicar sus derechos y que van a orientar las decisiones de Plena inclusión.

Además, en estos momentos, Plena Inclusión se encuentra en pleno proceso de aprobación del 6º Plan estratégico Vivir Con (2021-2024) ([vivircon.plenainclusion.org](http://vivircon.plenainclusion.org)). Este plan ha supuesto un proceso de amplia participación de las propias personas con discapacidad intelectual, familiares y profesionales voluntarios en el que han reflexionado sobre los retos que han de acometerse en el futuro. Según Corretjé, han contabilizado más de 10.000 entradas de opinión e información de personas. Algunas de las ideas más relevantes han sido: analizar y comprender las necesidades y las oportunidades de la organización; diseñar una nueva normalidad que realmente no deje a nadie atrás y, por último, repensar los modelos de apoyos para el futuro, donde la desinstitucionalización es un objetivo. Ahora, el foco de Plena Inclusión se centra en que las propias personas con discapacidad sean protagonistas y lideren los procesos.

### **3. LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PLENA INCLUSIÓN ESPAÑA Y CASTILLA-LA MANCHA**

La gestión de la comunicación en Plena Inclusión es circular, entendida esta circularidad como un proceso multicapa y permeable a las directrices nacionales y regionales, pero que a su vez retroalimenta a la confederación y las federaciones a través de la suma de las aportaciones de todas las organizaciones locales que forman Plena Inclusión.

A priori, la estructura es piramidal, siendo la confederación la cúspide de la pirámide, a continuación estarían las federaciones regionales y, por último, en la base de la pirámide, las casi 1.000 organizaciones locales. Sin embargo, la gestión de la comunicación es circular y, por un lado, se apoya a todas las organizaciones locales, independientemente de su tamaño y su ubicación en el territorio, y por otro lado, a su vez se enriquece a nivel regional y nacional de las aportaciones desde lo más local.

La comunicación en Plena Inclusión tiene rasgos de lo que Moreno et al. (2020, p. 119) llaman comunicación evolutiva, propia de organizaciones innovadoras:

*Si en una organización tradicional la comunicación procura que su público comparta una única visión, casi siempre definida jerárquicamente –o sencillamente que su público piense lo mismo–, en una plataforma de innovación social, la comunicación busca que el público experimente la realidad desde perspectivas muy diversas y que, a partir de un proceso deliberativo, se pueda construir una visión colectiva. Esta forma de comunicar permite visibilizar relatos diversos de lo que está sucediendo y el proceso deliberativo genera narrativas transformadoras que caminan en la misma dirección.*

La confederación tiene la labor de servir de apoyo en todas las acciones comunicativas que necesiten las federaciones. El equipo de comunicación de Plena Inclusión nacional actúa como servicio general de las 935 entidades adheridas a la confederación. Está formado por cuatro periodistas y una técnica con discapacidad intelectual, siendo uno de ellos el director de la web Planeta Fácil.

A nivel confederación, hay responsables de comunicación en 17 de las 19 federaciones que forman la red de comunicación de Plena Inclusión. Su forma de trabajo les permite una coordinación permanente y la realización de encuentros de formación mensuales, tanto online como presenciales. La estrategia de comunicación de la confederación –y que también se replica en el resto de las federaciones– abarca la comunicación interna y externa, el marketing, las relaciones públicas, la incidencia política y las redes sociales.

Desde el departamento de comunicación de Plena Inclusión nacional se facilitan todo tipo de recursos para las federaciones, como son recursos gráficos, imágenes, recursos audiovisuales o sonoros sobre cualquier cuestión inclusiva como la educación o el empleo, que pueden utilizarse por cualquiera de los miembros para su uso en web, publicaciones o redes sociales.

Asimismo, comparten espacios comunes para que todos puedan utilizar estos recursos y organizarse, gestionándolos con programas como Trello o Drive. También cuentan con libros de estilo sobre cómo comunicar en redes sociales, cómo relacionarse con los medios de comunicación, técnicas de gabinete de prensa o cómo trabajar con las administraciones dentro de la incidencia política.

La gestión de la comunicación da visibilidad dentro y fuera del entorno. En Plena Inclusión consideran la comunicación como un medio, no como un fin. Es por esta ra-

zón por la cual las campañas que se realizan están al servicio de los objetivos y estrategias planteados en la organización. Nunca se desligan del objetivo que se pretende. Como destaca Corretjé, la comunicación es un facilitador para conseguir el éxito de una campaña y debe tener coherencia con lo que se quiere alcanzar.

En estos últimos años, Plena Inclusión ha trabajado dos proyectos que han acompañado sendas campañas. El primero de ellos ha sido "Vivir Con" ([vivircon.plenainclusion.org](http://vivircon.plenainclusion.org)), que ha sido la base para trabajar el 6º Plan estratégico. Con él se ha conseguido trasladar la idea que va detrás del proceso, un plan estratégico no funciona si no tiene contenido y verdad. En este caso, era la idea de "una vida elegida, vida en comunidad y respeto a las decisiones de las personas", con todo el proceso de transformación y desinstitucionalización. La inclusión no puede entenderse en lugares cerrados y ha significado un avance en conceptos que forman parte del pasado.

El segundo proyecto que abarca 2020 y 2021 es "El Poder de las Personas" ([el-poderdelaspersonas.org](http://el-poderdelaspersonas.org)). Esta campaña quiere concienciar a las personas con discapacidad intelectual, a sus organizaciones y a la sociedad del derecho de estas personas a participar igual que el resto en la vida diaria. Ha tenido uno de sus puntos álgidos en septiembre de este año con la constitución de la Plataforma Estatal de Representantes de las Personas con Discapacidad Intelectual o del Desarrollo. Este ha sido un hito comparable al que tuvo lugar en 1984 cuando se realizó la primera jornada de autogestores y autogestoras; la primera vez que se unieron personas con discapacidad intelectual para defender sus derechos. Con esta campaña se está logrando visibilizar el liderazgo social y la participación de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo en sus organizaciones.

Dentro de la gestión de la comunicación, hay que destacar la estrategia de incidencia política. Para Plena Inclusión España, la incidencia política es una de las razones de ser las organizaciones sociales y de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). En la confederación están consiguiendo incidir en cambios legislativos beneficiosos para el objetivo de la entidad, ya que están influyendo en los cambios y modificaciones legislativas sobre la incapacitación judicial. Y también están presentes en la revisión de la ley de discapacidad que incidirá en la accesibilidad cognitiva o en la modificación de la LOREG (Ley Orgánica del Régimen Electoral General).

Toda esta incidencia comenzó con la campaña "Mi voto cuenta", reivindicando que se reconociera el derecho al voto a aquellos que se les había negado históricamente. Con ello, lograron el reconocimiento de las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo en las elecciones municipales de 2019. Un trabajo de incidencia que muchas veces ha tenido éxito gracias a la presión desarrollada en conjunto con otras organizaciones de las que forma parte como: CERMI (Comité Español de Representantes de las Personas con Discapacidad), la Plataforma del Tercer Sector, la Plataforma del Voluntariado, la Plataforma de ONGs de Acción Social o la Red Europea Contra la Pobreza EAPN-España. Asimismo, esta incidencia se ve incrementada por la par-

participación de la entidad en organismos públicos nacionales como el Real Patronato sobre la Discapacidad, el Consejo Nacional de la Discapacidad, el Consejo Estatal de ONG de Acción Social y el Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE). También en organismos internacionales como Inclusión Europea, la Asociación Europea de Personas con Discapacidad Intelectual y sus Familias, Inclusión International y la EASPD, la organización europea que representa a los proveedores de servicios específicos para personas con discapacidad.



**Fuente:** Twitter de Plena Inclusión España (@Plenainclusion)

En este momento, existe una participación directa de las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo no solo en los actos de calle, sino cada vez que tienen una reunión. Por ejemplo, Plena Inclusión ha firmado un convenio con el Consejo General del Poder Judicial (CGPJ) con la presencia de una persona con discapacidad intelectual que no solo está presente, sino que habla, expone y explica. No solo es una cuestión estética, sino que hay una toma de posición que está en el tuétano de la identidad de Plena Inclusión, ya que ahora son las propias personas con discapacidad quienes reivindican sus derechos con su propia voz.

### 3.1. Canales y herramientas de comunicación

Plena Inclusión cuenta con muchos y variados materiales, canales y herramientas de comunicación para el desarrollo de su estrategia de comunicación interna y externa.

Algunos de ellos nacieron en el siglo pasado, pero, aunque suene anacrónico, Plena Inclusión ha sabido adaptarlos al nuevo contexto actual más digital. En el año 1979 nació Voces, la revista de noticias mensual a nivel nacional que recoge las noticias que han acontecido en toda la organización. En ese mismo año también nació *Siglo Cero*, revista científica que publica artículos de investigación sobre: La discapacidad intelectual, el trastorno del espectro autista, la parálisis cerebral y otras discapacidades del desarrollo. La revista está dirigida por Miguel Ángel Verdugo desde 1993, catedrático de Psicología de la Discapacidad en la Universidad de Salamanca. Es una revista que publica cuatro números al año en su mayoría en español, aunque a veces, dependiendo del tema, también publican artículos en inglés y en francés.

Asimismo, algunas federaciones tienen sus propias publicaciones periódicas como es el caso de la federación de Castilla y León con *La Mirada*; la federación de Aragón con *Sin Diferencias* o la federación de Euskadi con *IN*.

Otra herramienta comunicativa destinada a las personas con discapacidad intelectual de Plena Inclusión España es "Planeta fácil" (<https://cutt.ly/nRsVlPh>) un portal con más de 1.000 noticias publicadas desde febrero de 2017, que también incorpora libros de lectura fácil y un espacio con blogs literarios. Una forma de comunicar y conocer la actualidad de manera más accesible.

Dentro de este portal, se puede encontrar el proyecto "Planeta fácil TV". Se trata de un programa con periodicidad mensual que se inicia en mayo de 2021 y que está dirigido a las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo y a todas las personas con dificultades de comprensión. Este programa se realiza en colaboración con Servimedia, cuenta con el respaldo de Fundación ONCE y en él participan miembros de las asociaciones que forman parte de Plena Inclusión.

"Planeta fácil TV" se puede ver a través del canal de YouTube de Plena Inclusión y también en las emisoras locales de televisión de *Canal Media TV*, *Canal 7TV Andalucía* y en la *Televisión Pública de Melilla*. Además, tienen un plan que está a punto de aprobarse, junto con RNE, para realizar "Planeta Fácil" a nivel nacional a través de la radio.

El portal Planeta Fácil está en la línea de trabajo iniciada hace unos años por Plena Inclusión de Comunicación y Lectura fácil. La lectura fácil es una forma de crear documentos para que las personas con dificultades de comprensión puedan entender lo que leen. Es un proceso que cuenta con los propios lectores beneficiarios para su desarrollo. En esa parte del proceso, que se denomina habitualmente validación, se ponen a prueba los textos adaptados por parte de un grupo de personas heterogéneas entre las que están personas con discapacidad. El objetivo es poder conseguir

productos comprensibles para la gran mayoría de personas con estas dificultades. La validación es un proceso que se ha consolidado con la reciente publicación de la norma UNE 153101EX de AENOR sobre lectura fácil. Además, supone una fuente de empleo para personas con discapacidad intelectual que consiguen empleo como validadores.

Plena inclusión ofrece este servicio de adaptación y validación de documentos en lectura fácil, de manera que contribuye a reforzar los servicios de accesibilidad cognitiva. Además, en estos momentos, Plena Inclusión, junto con organizaciones como CERMI, están reivindicando el reconocimiento legal explícito del derecho a la accesibilidad cognitiva dentro del ordenamiento jurídico no solo de las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, que son cerca de 270.000 personas, sino que también puede ayudar a entender mejor a otras 481.544 personas con problemas de salud mental y sobre todo a casi 9 millones de personas mayores. Plena Inclusión reclama que la accesibilidad cognitiva sea un derecho universal, entendida esta como la "característica de los entornos, procesos, actividades, bienes, productos, servicios, objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos que permiten la fácil comprensión y la comunicación", según la definición original de Plena Inclusión (<https://cutt.ly/OR1xLEt>).

En junio de 2021, el Senado admitió a trámite la proposición de ley que permitiría la reforma de la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad y su Inclusión (RD Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre) para incluir esta mención y el 1 de abril de 2022 se publicaba en la Ley 6/2022, de 31 de marzo, donde se incluía.

Las redes sociales también son fundamentales en la estrategia de comunicación de Plena Inclusión. En estos momentos es fundamental saber medir el impacto en redes sociales y plataformas digitales para conocer la eficacia de la comunicación. La última memoria de actividades de 2020 de Plena Inclusión España ofrece datos sobre este impacto. Como se puede observar en la figura siguiente, la web Planeta Fácil contaba a finales de año con un 300% más de visitas que en 2019, que se traduce en 317.000 páginas vistas. Además, también se puede observar que las redes sociales de la federación, especialmente Twitter, Facebook y YouTube, cuentan con un gran número de seguidores y en 2021 los seguidores han subido, ya que en Twitter tienen 33.729, en Facebook han disminuido hasta los 60.623, por tanto, luchan por mantener ese número, y en YouTube son 8.260 suscriptores en octubre de 2021. Los datos de YouTube se han triplicado gracias a la emisión de los programas de Planeta Fácil TV.

## Impactos de las Acciones de Comunicación

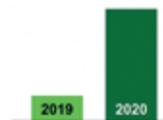
### WEB Plena inclusión España

- **2.429.002** visitas (72% más visitas que el año anterior)



### WEB Planeta Fácil

- **317.019** páginas vistas (339% más visitas que el año anterior)



### Redes sociales:

- Alcance: **7.968.725** veces se vieron nuestros mensajes
- Interacciones: **442.682** veces interactuaron con los contenidos publicados

### Seguidores:

	Twitter:	<b>31.000</b> seguidores
	Facebook:	<b>62.000</b> seguidores
	YoTube:	<b>2.935</b> suscriptores

Fuente: Memoria de Actividades 2020 de Plena Inclusión España

En estos momentos, uno de los retos comunicativos está relacionado con Internet. La confederación ya ha afrontado su cambio en la arquitectura web, pasando de un sistema de gestión de contenidos (CMS) como Drupal a WordPress. Esto, ha supuesto en palabras de Corretjé, que "ahora el proceso tiene que producirse en cascada y en estos momentos, muchas de las federaciones se encuentran en ello". En este sentido, Ricardo Barceló, responsable de comunicación y accesibilidad en Plena Inclusión Castilla-La Mancha, señalaba que este proceso está también ayudando a optimizar los contenidos de la web y ayudando a no duplicar contenidos que se encuentran en repositorios de la confederación. De esta manera es más fácil centrarse en el ámbito más cercano en el que trabaja la federación con las organizaciones de Castilla-La Mancha.

## 3.2. Las peculiaridades de la comunicación en Castilla-La Mancha

Plena Inclusión Castilla-La Mancha está compuesta por 60 entidades, 215 centros, 7.500 personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, 13.716 familiares, 2.500 profesionales y 1.000 voluntarios, según datos de su Memoria de actividades 2020. Se fundó en 1981 en Albacete y en la actualidad cuenta con un responsable de comunicación y accesibilidad, Ricardo Barceló.

En estos momentos, como señalaba Barceló, la organización no cuenta con una red de comunicación federativa, pero se está estudiando la posibilidad de formar esa red autonómica y trasladar el modelo nacional a Castilla-La Mancha. A pesar de que son pocas las organizaciones con personas que trabajen en el área de comunicación, en torno a una decena, es fundamental compartir espacio y tiempo para seguir avanzando. En este sentido, es la propia federación la que apoya todo el trabajo que se desarrolla en el área de comunicación. En el caso de Castilla-La Mancha, problemas como la dispersión en la Comunidad Autónoma, la brecha digital y el nivel de desarrollo y estructura de las 60 entidades, dificulta la gestión de la comunicación.

### Comunicación externa y sensibilización social

#### REDES SOCIALES



Facebook

Seguidores  
2.982



Twitter

Seguidores  
3.969



YouTube

Seguidores  
178

#### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

190 Impactos



Temas con más seguimiento de medios:

- Accesibilidad cognitiva.
- Intercapacidades.

**Fuente:** Memoria de Actividades de Plena Inclusión Castilla-La Mancha (2020)

En Plena Inclusión Castilla-La Mancha, las redes sociales también son herramientas poderosas para comunicar todos los eventos y campañas que se realizan. Además, durante la pandemia causada por la Covid-19, los seguidores de todas sus redes aumentaron, consiguiendo los 2.982 seguidores en Facebook, 3.969 en Twitter y 178 suscriptores en YouTube. También han señalado que el impacto en medios de comu-

nicación ha alcanzado los 190 impactos especialmente en temas relacionados con la accesibilidad cognitiva y las intercapacidades.

Como ejemplo del impacto en medios de comunicación, se puede destacar el programa dedicado a la mujer y la discapacidad en el espacio "Héroes anónimos" de *CM-Media* en mayo de 2021. En él se hablaba de la doble discriminación que sufren las mujeres con discapacidad intelectual o del desarrollo, primero por razones de género y segundo por la propia discapacidad. En el programa, estaba representada Asprona, una de las entidades que forman parte de Plena Inclusión, junto con Grupo Social ONCE, AFAEPS, Fesormancha, Grupo Amiab, Asociación Luna CLM, Asociación Desarrollo o la Asociación Párkinson Albacete (<https://cutt.ly/rRVrP45>).

Hay que destacar que el ámbito de la incidencia política es tan importante en la estrategia nacional, como en la estrategia regional de los territorios. Por esa razón, el trabajo de incidencia con los distintos representantes políticos es fundamental y se intenta que los protagonistas y las caras visibles sean las personas con discapacidad.

En esta línea, la incidencia política es clave en la gestión de la comunicación. El caso de la nueva ley que elimina la incapacidad jurídica de las personas con discapacidad es un ejemplo. En este sentido, el apoyo de los representantes políticos y la relación con ellos es clave para avanzar en la incidencia política. El 13 de septiembre de 2021, la consejera de Bienestar Social, Bárbara García Torijano, visitó la sede de la Fundación Tutelar de Castilla-La Mancha (FUTUCAM) en Toledo para apoyar a las 1.400 personas con discapacidad en Castilla-La Mancha que iban a poder beneficiarse de la reforma legislativa que entró en vigor a finales del mes de septiembre.



Fuente: Twitter Plena Inclusión Castilla-La Mancha (@plenaCLM)

En el año 2008, España ratificó la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y desde ese momento tuvo pendiente esta reforma. En el año 2018 fue aprobada por el Consejo de ministros, en el año 2020 llegó al Congreso y en junio de 2021 fue aprobada definitivamente. La nueva Ley 8/2021, de 2 de junio de 2021, que modifica normas de legislación civil y procesal como el Código Civil o la Ley de Notariado, elimina figuras como la tutela para quienes sean mayores de edad, así como la patria potestad prorrogada y la patria potestad rehabilitada, que en la exposición de motivos de la ley se definen como "demasiado rígidas y poco adaptadas al sistema de promoción de la autonomía" (p. 5) que ahora se propone.

Como se señaló anteriormente, la gestión de la comunicación en las entidades es muy desigual. Por eso queremos poner de relieve la actuación en este ámbito de cinco entidades de Castilla-La Mancha: Asprona en Albacete, Afas en Ciudad Real, Aframas en Cuenca, Apanas en Toledo y Amafi en Toledo.

- Asprona: esta entidad trabaja mucho en redes sociales, ya que publican diariamente en Facebook, Instagram y Twitter. Además, varias de las publicaciones están adaptadas a cada red, aunque sea la misma información. Publican todas sus campañas, ofertas de empleo y los eventos y actividades que realizan.
- Afas: en esta entidad, el trabajo de comunicación está centrado en la actualización de las noticias en la página corporativa, así como en redes sociales, ya que Facebook tiene publicaciones constantes, también en Twitter, adaptándolas a cada red y en su canal de YouTube tienen numerosos vídeos de actividades.
- Aframas: la entidad Aframas está ubicada en Cuenca actualiza y trabaja la comunicación especialmente a través de su página de Facebook, ya que tienen casi 2.000 seguidores y publican todas sus actividades en ella. Sin embargo, en estos momentos en Facebook se redirige a una web que está desactualizada, ya que han mudado la página web a otra url donde no suben noticias en este momento, solo difunden las novedades en eventos, programas, proyectos, talleres y productos. Un dato destacable es que en su logo no aparece el trébol de Plena Inclusión, un hecho que demuestra la libertad de las organizaciones para incorporar la imagen corporativa global de Plena Inclusión.
- Apanas: esta entidad utiliza Facebook y Twitter para difundir y promocionar todas las actividades y eventos que realizan. Sus publicaciones son periódicas, prácticamente diarias y en su web también actualizan las noticias sobre los eventos. Sin embargo, ocurre lo mismo que en Aframas, ya que en su logo tampoco engloban el trébol de Plena Inclusión, sino que tienen su propio logo con un trébol de tres hojas.
- Amafi: en esta entidad están muy presentes en redes sociales, dejando de lado la actualización de las noticias en la web. Publican habitualmente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Telegram y WhatsApp, aunque las más utilizadas son las tres primeras.

Por último, hay que destacar la apuesta en otra línea de comunicación como es la de la accesibilidad cognitiva. Barceló afirma que entre los años 2006 y 2007 comenzaron a adaptar documentos en esta línea, creando servicios profesionales por los que cobraban (y cobran) una tarifa. Así, se dieron cuenta de que era un nicho de mercado ideal para las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, ya que se estaba cubriendo un servicio necesario, además de crear empleo para las personas con discapacidad. Desde entonces, la respuesta por parte de las instituciones es muy buena y siguen trabajando con documentos de cualquier tipo, intentando en este momento que las editoriales se impliquen para crear libros y manuales que ayuden a la formación en este campo.

### 3.3. Año 2016: la comunicación de la identidad como oportunidad transformadora

El año 2016 fue un punto de inflexión en la identidad y gestión de la comunicación de Plena Inclusión. Fue el año que abandonaron el nombre que les vio nacer en el año 1964, FEAPS, pero también abandonaron un lenguaje excluyente, Federación Española de Asociaciones Pro Subnormales, que todavía hoy es un obstáculo contra el que luchan.

 Plena inclusión  
@Plenainclusion

¡Recuerda!

**✗ No digas:** minusválidos, retrasados.

**✓ Mejor di:** "tiene discapacidad intelectual"

Descarga la infografía aquí   
[plenainclusion.org/publicaciones/...](https://plenainclusion.org/publicaciones/...)

**Discapacidad intelectual** 

Guía rápida

No digas	Mejor puedes decir
discapacitados intelectuales discapacitados psíquicos deficientes minusválidos retrasados	personas con discapacidad intelectual
sufre discapacidad intelectual	tiene discapacidad intelectual
es una chica de 43 años con discapacidad intelectual	es una mujer de 43 años con discapacidad intelectual
es una persona normal	es una persona sin discapacidad

**Recuerda también:**

- La discapacidad intelectual no es una enfermedad.
- Una discapacidad intelectual y una enfermedad mental son cosas diferentes.
- No infantiles si hablas de personas adultas.
- Quienes mejor pueden hablar de su vida son las propias personas con discapacidad intelectual. Habla con ellas y pregúntales su opinión.
- Habla con un lenguaje claro.
- Evita hablar de "nuestros usuarios". Las personas no son propiedad de las organizaciones.

11:38 a. m. - 16 oct. 2021 · Twitter for Advertisers.

Fuente: Twitter Plena Inclusión España (@Plenainclusion)

Este cambio fue el inicio de la transformación en Plena Inclusión, con un nuevo nombre, un nuevo color (verde) y una nueva imagen con un trébol de cuatro hojas.



Esto supuso una evolución y fue una oportunidad para todas las entidades integrantes, ya que daban un salto hacia delante en su visibilidad y forma de comunicar. La gran mayoría de las organizaciones han ido incorporando y adaptando su identidad corporativa a la nueva identidad visual. Esto ha reforzado no solo la imagen de la organización en los distintos territorios, sino también la modernización de las entidades que han dejado atrás viejas dinámicas y roles adquiridos a lo largo de muchos años.

Aunque este proceso de transición de FEAPS a Plena Inclusión para formar un movimiento e imagen moderna de ONG fue complicado, no se prolongó demasiado en el tiempo y, si lo miramos con la perspectiva de los cinco años que han pasado, ha sido exitoso desde el punto de vista de la gestión de la comunicación.

### 3.4. El reto comunicativo durante la Covid-19

El confinamiento fue un desafío comunicativo que supuso la difusión y divulgación de muchos materiales que ayudaron a familias y organizaciones a promover entornos preventivos. Para ello, se generaron, desde la Red de Todos somos Todas, diversos documentos en relación con el Apoyo Conductual Positivo y otras estrategias, ya que en Plena Inclusión la estrategia nacional ofrece cobertura a las acciones regionales y locales. El éxito tiene relación con la proximidad y el entorno más cercano, pero con un distintivo y unas líneas generales básicas que se agrupan bajo una misión, unas herramientas y una identidad corporativa común.

Desde Plena Inclusión, tenían cierta experiencia en trabajo online, trabajos que iban en la línea de plataformas digitales y puesto que ya tenían ese aprendizaje, fue relativamente fácil extrapolarlo durante la pandemia. Desde la confederación organizaban muchos eventos presenciales, pero también tenían experiencias embrionarias de conferencias online donde conseguían una audiencia amplia. Como anécdota, Corretjé comentó que en la primera videoconferencia que realizaron online durante la pandemia, tenían un límite de 1.000 personas conectadas e incluso hubo gente que se quedó fuera. El confinamiento supuso triplicar el tráfico de visitas en la web y las redes sociales.

La covid-19 obligó a crear una aplicación de móvil llamada Específica, donde reunían materiales, normativas, eventos, preguntas o dudas para seguir conectados con su comunidad. Las personas podían seguir informándose y no perdían el cordón umbilical que les ligaba a Plena Inclusión. Esta aplicación, que durante la pandemia fue clave y relevante, con la vuelta a la normalidad se ha abandonado y el protagonismo ha vuelto a las redes sociales y a la web.

Gracias al aprendizaje de utilizar las plataformas y herramientas digitales, han cambiado la página web a WordPress para hacerla más accesible, logrando que el buscador funcione mucho mejor. Y el objetivo es que todas las entidades y federaciones tiendan a unificar y hacer más accesibles sus páginas web.

El proyecto que más desarrolló Plena Inclusión España durante la pandemia fue "Todos somos Todas", porque aportaba mucha dinamización a su comunidad. En esta red, participaban 83 personas (profesionales, familiares y personas con discapacidad intelectual y del desarrollo) y se reunían semanalmente para generar recursos y estrategias para contribuir al bienestar de las personas con grandes necesidades de apoyo y a sus familias. El ejemplo destacable es la declaración de Mayte Gavilán, madre de un joven con grandes necesidades de apoyo en Málaga y que se refería al proyecto en la Comunidad de Facebook de esta manera:

*Estoy agradecida de que nuestra voz sea parte importante. Si alguien habla de nosotros, quién mejor que nosotros mismos. En este espacio, encuentro la oportunidad de poder aprender, una formación al alcance de todos. Las familias con nuestros aciertos y errores, somos experiencia diaria. En Plena, Todos somos todas y esto es un bálsamo.*

Plena Inclusión también ha desarrollado el proyecto "Mi carta de derechos" con el objetivo principal de facilitar que las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, así como aquellos que tienen grandes necesidades de apoyo y sus aliados, puedan conocer, comprender, defender y reivindicar sus derechos del día a día. En el pilotaje de este proyecto, se ha demostrado que uno de los derechos de las personas con discapacidad y grandes necesidades de apoyo que no se ejerce y que, además, se vulnera prácticamente a diario, es el derecho a la información y la comunicación (<https://cutt.ly/WRA0Mqw>).

En Castilla-La Mancha, al igual que en el resto de las autonomías, se anularon las actividades presenciales durante la pandemia. Sin embargo, se crearon todo tipo de instrumentos que intentaban mantener en contacto a las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, evitando así el aislamiento. Se crearon canales de cocina, se impartió formación digital en Teams, Zoom o Moodle, se crearon concursos literarios y de críticas de cine e incluso vídeo fórums. De esta manera, como se ha comentado anteriormente, los seguidores de sus redes sociales subieron casi sin darse cuenta.

Además, Plena Inclusión Castilla-La Mancha potenciaron otro elemento clave durante la pandemia como es la accesibilidad cognitiva. Según su Memoria de Actividades de

2020, han logrado acercar la información a las personas con discapacidad intelectual con la adaptación a lectura fácil de documentos, además de formar a sus propias entidades y a personas y entidades del entorno en la adaptación de materiales a lectura fácil.

Como principales resultados, realizaron 6 cursos sobre lectura fácil y accesibilidad cognitiva, formando a 156 personas; elaboraron y adaptaron a lectura fácil 14 documentos; realizaron una acción de sensibilización para promover el uso de la lectura fácil y la accesibilidad cognitiva que impactó directamente en 84 personas; valoraron y realizaron el informe para la mejora de la accesibilidad cognitiva de un entorno público como es el Centro Verde, la Concejalía de Acción Social de Ciudad Real y plantearon abrir un espacio de colaboración con la Consejería de Educación para la formación en lectura fácil de profesores de las cinco provincias de Castilla-La Mancha.

## 4. DOS DESAFÍOS FUTUROS PARA GESTIONAR LA COMUNICACIÓN

El primer desafío es la comunicación e implantación de una cultura de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 en las organizaciones de Plena Inclusión. Cada vez es mayor el número de organizaciones, gobiernos y ciudades que están en este proceso imparable (Herranz y García, 2021). La confederación Plena Inclusión está trabajando ya en ellos, y de hecho la Memoria de actividades 2020 refleja muchas de las actividades desde la perspectiva de los ODS que abarca. No obstante, el reto está en intentar que sus federaciones autonómicas y asociaciones locales lo apliquen en sus diferentes proyectos. En la actualidad, no es una prioridad, pero está claro, según los responsables de comunicación entrevistados, que será necesario, y, para ello, la formación será un punto fundamental de la estrategia de comunicación.



Fuente: Memoria de actividades Plena Inclusión España (2020)

Un ejemplo de esto sería la campaña "El poder de las personas", que pretende que la sociedad no vea a las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo como sujetos pasivos, a quienes en muchas ocasiones no se les ofrece la oportunidad de tomar decisiones sobre cuestiones que les afecta directamente. Este proyecto contribuye al ODS 10 (Reducción de las desigualdades), se inició en el año 2020 y ha servido para que las personas con discapacidad intelectual y del desarrollo se puedan implicar en otros proyectos de diferentes ámbitos como la sexualidad, la incidencia política, representación en organizaciones sociales, activismo o acciones de difusión y prevención contra la Covid-19.

Otro ejemplo puede ser el proyecto "Buena vejez", donde están realizando multitud de acciones (*Voces* n. 453: alcanzar la buena vejez, un proyecto colectivo; vídeo fácil sobre el edadismo; celebración del Día Internacional de las Personas Mayores, etc.) que sirven de respuesta a la vulnerabilidad del colectivo –con y sin discapacidad–, especialmente porque la Covid-19 les ha afectado mucho y ha puesto en evidencia que en muchas ocasiones no se encontraban en lugares adecuados para vivir. Por ello, quieren contribuir a generar sociedad diversas e inclusivas y lograr que las personas mayores tengan la vejez que se merecen. En este caso, son cuatro los ODS que se implican en el proyecto: ODS 3, ODS 4, ODS 5 y ODS 10.

**"Todas las personas necesitamos cuidados durante nuestra vida. El Estado y las administraciones públicas tienen una gran responsabilidad. Pero también tenemos que cuidar la familia y la sociedad. Los cuidados tenemos que resolverlos colectivamente". Isabel Martínez, HelpAge Internacional España.**

**Corresponde al ODS 3: Salud y Bienestar.  
ODS 4: Educación de calidad.  
ODS 5: Alcanzar la igualdad de género.  
ODS 10: Reducir las desigualdades.**



**Fuente:** Memoria de Actividades Plena Inclusión España (2020).

En cuanto al segundo desafío, se trata de seguir manteniendo la estrategia de comunicación como un medio para alcanzar los fines sociales que se propone Plena Inclusión. Es fundamental que la comunicación funcione bien dentro de las organizaciones para que sea efectiva en los aspectos de incidencia y generación de un reconocimiento y marca de Plena Inclusión fuera. La comunicación permite compartir objetivos, transmitir mensajes y desarrollar propuestas.

Plena Inclusión ha logrado desarrollar una estrategia comunicativa que permite a todos sus miembros poder crecer de manera individualizada y desarrollarse en función de sus necesidades, sin perder los valores matrices de la marca Plena Inclusión.

Todo ello, sobre el andamio de la participación. Si la comunicación se concibe no solo como diálogo, sino como participación, supondrá el mantenimiento del compromiso de los grupos de interés de Plena Inclusión. Esto les convierte en protagonistas, sin dejar de ser destinatarios ni interlocutores. Además, el reto es conseguir también ese proceso con la ciudadanía.

Un movimiento que nace por la necesidad de unos padres y madres de dar una mejor calidad de vida a sus familiares con discapacidad intelectual o del desarrollo y que ha sabido convertirse en una gran organización con una estructura multicapa (nacional, regional y local) que se retroalimenta constantemente como el ciclo de agua. Las propias organizaciones locales aportan a lo regional y lo nacional. Si tuviéramos que buscar un símil de este proceso en la naturaleza, este podría ser la formación de las estalactitas y las estalagmitas. La organización nacional propone pautas comunicativas que generan una acumulación de conocimiento al igual que pasa con una estalactita, donde el agua fluye de arriba abajo para solidificar el mineral. De la misma manera, las organizaciones regionales y locales reciben esas directrices que van acumulando a distintos tiempos que van dejando un poso que permite la generación de la estalagmita, de abajo arriba. El tiempo ha permitido que el resultado final muestre un equilibrio bello para todos aquellos que lo llegan a conocer. Sin embargo, como también comentaban los dos entrevistados, este desarrollo comunicativo y el conocimiento sobre la discapacidad intelectual muchas veces se reduce a un conjunto de la población muy reducido, como si estuviera escondido en una cueva (como las estalactitas y estalagmitas) donde es difícil acceder.

El éxito de Plena Inclusión España en general y Plena Inclusión Castilla-La Mancha en particular, es fruto de la cultura corporativa que viene implementado desde hace años el movimiento asociativo Plena Inclusión. Ahora, son las propias personas las que toman protagonismo y deciden. Existe un sentimiento de pertenencia muy consolidado, donde la gestión de la comunicación tiene un protagonismo necesario y relevante.

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

ALARCÓN, M. Á. (2020). El segmento no lucrativo en la economía social de Castilla-La Mancha: asociaciones, fundaciones, entidades singulares y trabajo voluntario. En Hernández, F. y Carrasco I. (dirs.). *El libro blanco de la economía social en Castilla-La Mancha* (pp. 225-260). Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha.

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE) (2021). Ley 8/2021 de 2 de junio, por la que se reforma la legislación civil y procesal para el apoyo a las personas con discapacidad en el ejercicio de su capacidad jurídica. Recuperado de <https://cutt.ly/MR1lJur>

BOLETÍN OFICIAL DE ESTADO (BOE) (2020). Ley 1/2020 de 3 de febrero, del Tercer Sector Social de Castilla-La Mancha. Recuperado de <https://cutt.ly/9RYngBF>

CARRASCO I. Y HERNÁNDEZ, F. (2020). Panorámica de la economía social en Castilla-La Mancha. En Hernández, F. y Carrasco I. (dirs.). *El libro blanco de la economía social en Castilla-La Mancha* (pp. 433-445). Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha.

CHAVES, R. Y MONZÓN, J.L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5-50, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.12901.

CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA SOCIAL (CEPES) (2021). *Cifras de las empresas de la Economía Social en España*. Recuperado de <https://www.cepes.es/cifras>

DAVANT, J.P. (2003). Las organizaciones intersectoriales de la Economía Social: Francia, el CEGES. En: VV.AA., *La economía social y el tercer sector* (pp. 409-424). Madrid: Escuela Libre Editorial.

EAPN CASTILLA-LA MANCHA (2018). *Informe El Tercer Sector en Castilla-La Mancha. Parte I: aproximación cualitativa*. Recuperado de <https://cutt.ly/ZRh7BFT>

GÓMEZ, M. L. (2020). *El Tercer Sector de Acción Social en España 2019: nuevos horizontes para un nuevo contexto sociopolítico*. Madrid: Plataforma de ONG de Acción Social.

HERRANZ, J.M. Y GARCÍA, S. (2021). La comunicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las organizaciones de la Economía Social, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 101, pp. 165-191. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.101.18393>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2020). *El empleo de las personas con discapacidad en el año 2019*. Recuperado de <https://cutt.ly/nRouxPS>

MORENO, I., PERFETTI, S. Y RAMIL, X. (2020). La comunicación en plataformas de innovación social. *Revista DIECISIETE*, nº 2, 105-122. DOI: 10.36852/2695-4427\_2020\_02.07

PLENA INCLUSIÓN CASTILLA-LA MANCHA (2021). *Memoria de actividades 2020*.

PLENA INCLUSIÓN ESPAÑA (2021). *Memoria de actividades 2020. El año del poder de las personas*. Recuperado de <https://cutt.ly/SROHfXa>

REDACCIÓN CLM24 (13 de septiembre de 2021). 1.400 personas con discapacidad de CLM podrán tomar sus propias decisiones con la nueva ley, *CLM24*. Recuperado de <https://cutt.ly/vRXTtjr>