



Un Plan de Comunicación para la Economía Social y Solidaria

HIPÓTESIS DE PARTIDA

La comunicación es una herramienta imprescindible para la supervivencia, la extensión y el éxito de la Economía Social y Solidaria (ESS); más ahora que además parecemos vivir un momento favorable y esperanzador, en el que nuestras propuestas comienzan a dar resultados tangibles y están siendo más y mejor recibidas por una parte importante de la ciudadanía.

Por eso, desde las empresas y organizaciones que trabajamos en la ESS necesitamos dar un salto cualitativo y cuantitativo en lo referente a la comunicación. Necesitamos estrategias comunicativas claras y certeras, cercanas y propias, que doten a los proyectos, las redes, los promotores y las personas, de herramientas útiles a nuestra medida, a nuestras intenciones y a estos vientos a favor.

Pero para dar este salto nos encontramos con algunas dificultades, visibles y compartidas, como: las propias reticencias desde muchos de los agentes hacia la comunicación y el marketing; la falta de recursos, de tiempo o de conocimientos técnicos; el quehacer cotidiano que puede llegar a cortar los puentes de unos a otros proyectos; la ausencia de una estrategia amplia, accesible y elástica...

Para tratar de superar estas dificultades juntas, se organiza #COMUN_ESS, para pensar sobre el papel de la comunicación en la ESS, compartiendo reflexiones, herramientas, experiencias de éxito y planes de futuro.

PROCEDIMIENTO

El contenido y desarrollo de #COMUN_ESS se centra en la comunicación y la necesidad de elaborar una estrategia común para la ESS. Por eso, como metodología transversal de trabajo, que nos ayude a hilar la actividad de estos tres días que vamos a pasar juntas, os proponemos jugar a elaborar entre todas un Plan de Comunicación.

El esquema básico para elaborar un Plan de Comunicación es el siguiente:

- > DIAGNÓSTICO: ¿Cuál es la situación, el análisis del contexto?
- > OBJETIVO(S): ¿Qué queremos conseguir? ¿Qué efecto queremos tener?
- > PÚBLICO(S): ¿A quiénes nos dirigimos? ¿Cómo segmentamos? ¿Hacia fuera y hacia adentro?
- > MENSAJE(S): ¿Cuáles son las ideas principales que queremos transmitir? ¿Cuál es el estilo de comunicación?
- > ESTRATEGIA(S): ¿Qué acciones vamos a realizar? ¿Qué canales utilizar?
- > MEDIOS: ¿Con qué recursos contamos para llevar a cabo nuestro plan de comunicación? ¿Qué agentes van a implicarse y con qué responsabilidades? ¿En qué temporalidad? ¿Cuáles son los puntos críticos?
- > EVALUACIÓN: ¿Cómo medimos los resultados?

A la hora de hacer propuestas, las reglas básicas a seguir son:

- > NO HAY LÍMITES. IMAGINAD, DESEAD, SED CREATIVAS...
- > SEAMOS (AUTO)CRÍTICAS PERO APOREMOS EN POSITIVO.
- > EN ESTO DE COMUNICAR, TODAS SOMOS EMISORAS Y RECEPTORAS A LA VEZ.
- > LOS PLANES COMPARTIDOS NECESITAN DE CO-RESPONSABILIDAD.
- > LOS CONOCIMIENTOS Y RECURSOS PROPIOS PUEDEN AYUDAR AL RESTO.

Este cuadernillo es una herramienta para facilitar el trabajo individual y colectivo. Es una guía para ayudar a elaborar ese Plan y un bloc de notas para registrar aquello que te interese. Usalo como quieras, es tuyo, es para tí.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Marco de trabajo: #COMUN_ESS, Herramientas y estrategias colectivas de comunicación al servicio de la ESS y la transformación social, son unas jornadas dirigidas a agentes relacionados con la economía social, que se celebran en Zaragoza entre los días 11 y 13 de diciembre de 2015. Las jornadas están organizadas por REAS Aragón, con la colaboración de REAS en RED y ColaBoraBora, El Salmón Contracorriente, Enreda, La Box, Pandora Mirabilia y Traficantes de Sueños.

+info sobre las jornadas: <http://comunicarestransformar.net>

+info sobre la Economía Alternativa y Solidaria: <http://www.economiasolidaria.org> | @Reas_Red



Diagnóstico

Análisis del contexto

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p>D</p> <p>Debilidades</p>	<p>A</p> <p>Amenazas</p>
<p>F</p> <p>Fortalezas</p>	<p>O</p> <p>Oportunidades</p>



Objetivos

OBJETIVOS PRINCIPALES

1.

2.

3.

4.

5.

OBJETIVOS SECUNDARIOS

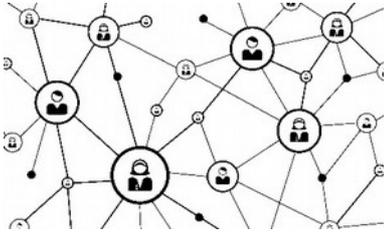
1.

2.

3.

4.

5.



Redes Sociales

Eje temático

001

DESCRIPCIÓN DEL EJE

A través de las redes sociales el mundo nos mira, nos oye, nos identifica y dibuja nuestro retrato. Además las redes son un gran canal de conversación e intercambio con el mundo: con otros agentes afines distribuidos por todo el planeta, con otras gentes predispuestas a conectar con prácticas como las de la ESS, incluso con aquellas con quien poder discrepar de manera pública y directa.

Pero ¿Estamos nosotras preparadas para el mundo? Entidades, instituciones, trabajadoras, consumidoras, periodistas, voluntarios, un gran público utiliza las redes sociales a diario. ¿Qué encuentran cuando miran hacia la economía social? Y a partir de ahora, ¿qué queremos que encuentren?

NOTAS

Aprendizajes ¿Qué te llevas?

Ideas para trasladar al panel común



Relaciones con medios e instituciones

Eje temático

002

DESCRIPCIÓN DEL EJE

Un ciclo de asalto institucional ha culminado con nuevos gobiernos municipales que parecen apostar por la Economía Alternativa y Solidaria. El viento sopla a nuestro favor. Pero, ¿cómo se está posicionando la ESS en las agendas de los nuevos gobiernos? ¿Cómo se está comunicando en las nuevas política institucionales? ¿Se está entendiendo socialmente qué es esto de la ESS?

Por otro lado, el ecosistema mediático está cambiando a gran velocidad. Se transforman los canales y soportes para interactuar con las audiencias. También cambian los lenguajes y tonos. ¿Cómo modernizamos nuestros canales y estrategias comunicativas sin perder el compromiso político? ¿Cómo podemos comunicar mediáticamente los criterios de la ESS de una forma más sexy?

NOTAS

Aprendizajes ¿Qué te llevas?

Ideas para trasladar al panel común



Transparencia Participación

Eje temático

003

DESCRIPCIÓN DEL EJE

Se escucha en diferentes ámbitos que la transparencia y la participación vienen a salvar el mundo, nos las venden como el fundamento del cambio democrático. Es cierto que los principios que hay detrás de dichas palabras podrían contribuir a la construcción de una nueva sociedad. Pero sin embargo, su uso instrumental y superficial, hacen que desconfiemos.

Debemos pensar cómo introducir la transparencia y la participación como base del funcionamiento de nuestras organizaciones y de nuestra comunicación externa e interna, como mecanismos de empoderamiento y generación de compromiso.

NOTAS

Aprendizajes ¿Qué te llevas?

Ideas para trasladar al panel común



Marketing Social

Eje temático

004

DESCRIPCIÓN DEL EJE

Las personas recibimos una media de 3.000 impactos comunicativos al día, un millón al año: el móvil, la tele, la calle... Estamos rodeadas de estímulos que nos dicen cómo debemos vestir, comprar, hablar, pensar... ¿Dónde y cómo nos situamos desde la ESS dentro de esta avalancha? ¿Cómo queremos utilizar las estrategias y herramientas que el marketing pone a nuestra disposición? ¿Es el marketing social un oxímoron?

Estamos transformando el modelo económico actual y es hora de reflexionar sobre cómo nos queremos mostrar y cómo queremos que nos vean.

NOTAS

Aprendizajes ¿Qué te llevas?

Ideas para trasladar al panel común



Públicos

ANÁLISIS DE LA TIPOLOGÍA DE PÚBLICOS

Retrato robot 1

Retrato robot 2

Breve descripción y aspectos a tener en cuenta

Breve descripción y aspectos a tener en cuenta

¿Por qué nos interesa?

¿Por qué nos interesa?

¿Cuáles son las claves para convencerle?

¿Cuáles son las claves para convencerle?



Públicos

ANÁLISIS DE LA TIPOLOGÍA DE PÚBLICOS

Retrato robot 3

Retrato robot 4

Breve descripción y aspectos a tener en cuenta

Breve descripción y aspectos a tener en cuenta

¿Por qué nos interesa?

¿Por qué nos interesa?

¿Cuáles son las claves para convencerle?

¿Cuáles son las claves para convencerle?



Mensajes Estrategias

¿QUÉ CONTAMOS? (CONTENIDO / ESTILO / TONO)

¿Cuáles son las ideas-claims principales que queremos transmitir?

¿CÓMO LO CONTAMOS?

¿Qué acciones vamos a realizar? ¿Qué canales utilizar?



Lo hacemos Lo evaluamos

¿CÓMO LO HACEMOS?

¿Con que recursos contamos para llevar a cabo nuestro plan de comunicación?

¿Qué temporalidad va a tener el Plan y/o cada una de sus acciones?

¿Qué agentes van a implicarse y con qué responsabilidades?

¿Cuáles son los puntos críticos?

¿CÓMO MEDIMOS LOS RESULTADOS? (SISTEMA EVALUACIÓN / INDICADORES)

CUALitativo

CUANTitativo



Conclusiones

¿CUÁL ES LA PRINCIPAL IDEA O SENSACIÓN QUE TE LLEVAS DE #COMUN_ESS?

¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE VAS A HACER EN TU ORGANIZACIÓN?

¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE CREES QUE HABRÍA QUE HACER DESDE REAS?

UNA PALABRA PARA CERRAR