

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

PLAN 2022 - 2025



*Promocionando la salud*

Asociación para la Cooperación  
Entre Comunidades

# ÍNDICE

- ANÁLISIS DEL ENTORNO
- OBJETIVOS
- PÚBLICO AL QUE NOS DIRIGIMOS
- CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE
- ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN
- INDICADORES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN
- RECURSOS NECESARIOS
- EVALUACIÓN

# ANÁLISIS DEL ENTORNO

## Debilidades

- Comunicación interna
- Falta de coordinación y formación en TIC's
- Falta de tiempo y dedicación
- Imagen corporativa mal utilizada (web, mail, etc.)

## Fortalezas

- Entidad muy visible en Redes Sociales
- Actividad alta y buen posicionamiento natural del contenido publicado.
- Falta de tiempo y dedicación
- Mensaje cercano

## Amenazas

- Cambio constante del uso de las TIC's
- No tener persona dedicada únicamente al área de comunicación
- Falta de accesibilidad en la web. Barrera para usuarios.

## Oportunidades

- Cobertura de las RR.SS
- Hay que conocer las TIC para adaptarse a las nuevas necesidades.
- Creación de un plan de comunicación

# OBJETIVOS

El nuevo Plan estratégico se ha planteado sobre los nuevos objetivos estratégicos de la entidad con el objetivo principal de conseguir una diferenciación ante las personas Titulares de Derechos de la entidad y los socios y socias.

- Aumentar la visibilidad de la entidad desde su perspectiva más histórica y abrirla a nuevos colectivos y entidades sociales como a personas individuales para así conseguir más apoyos y mejorar la comunicación externa haciendo cumplir nuestra misión como entidad.
- Diseño de campañas y contenido atractivo para una mayor participación de los socios y socias y captación de nuevos apoyos e incrementos de los fondos.
- Fomentar una imagen común de la entidad por parte de todas las personas que forman parte de la organización, hacia las personas receptoras del mensaje.
- Visibilizar el estado anímico y relacional del personal de la estructura para fomentar unas relaciones laborales saludables.

# PÚBLICO

- ONGD's de cooperación al desarrollo de países del Norte y Sur
- Entidades sociales que trabajen en áreas similares a las de ACOEC
- Estudiantes del ámbito social y sanitario
- Profesionales del ámbito de las ciencias sociales y sanitario
- Medios de comunicación
- Público en general

# CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE

El mensaje que ACOEC quiere dar se basa desde el concepto de comunicación: el cual pretende poner en común e implica compartir la información en cualquiera de sus áreas. Este proceso es clave y básico para garantizar la participación ciudadana de las personas que rodean la entidad.

Además, nuestro mensaje quiere ser interdisciplinar así poder integrar la visibilidad en todos los aspectos, la sensibilización, la acción social, la educación para el desarrollo o la incidencia política, partiendo de una comunicación fácil y accesible donde el sujeto sea capaz de comprender la información ofrecida y así actuar desde el marco de la responsabilidad social.

Esta comunicación va a ser una comunicación educativa e integrada en nuestras estrategias comunicativas de cada proyecto para fortalecer nuestra relación con otros agentes externos.

Los mensajes que se transmitirán desde los medios de difusión de la entidad son coherentes y rigurosos con el objetivo, misión y visión de la entidad. Así promocionar la salud en todos los aspectos vitales, contribuir a las desigualdades, contribuir a los cambios sociales y siendo sostenible desde un enfoque basado en derechos humanos y con perspectiva de género.

# ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

- **Desarrollar un manual de imagen corporativa.** Aunque se lleven a cabo proyectos diferentes, ACOEC, es una entidad única. Por lo tanto se deben usar los logotipos de la entidad adecuadamente.
- **Desarrollar un plan digital.** En las redes sociales se publicará una vez al día. Excepto en la opción de "stories" donde se puede publicar en cada momento (tener en cuenta la protección de datos).
- **Definir el diseño general de las publicaciones.**
- **Persona responsable** de las redes sociales, se encarga de **publicar y revisar el contenido**. El resto del personal técnico, se encarga de elaborar las publicaciones y las envía a la persona responsable.

# INDICADORES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

OBJETIVO	INDICADOR	ACCIÓN
<p>Aumentar la visibilidad de la entidad desde su perspectiva más histórica y abrirla a nuevos colectivos y entidades sociales como a personas individuales para así conseguir más apoyos y mejorar la comunicación externa haciendo cumplir nuestra misión como entidad.</p>	<p>Al menos 5 personas nuevas al mes comienzan a seguirnos en nuestras redes sociales al finalizar cada mes.</p>	<p>Realizar posts, correos, y documentos para animar a la población a participar en la entidad de alguna manera.</p>
<p>Diseño de campañas y contenido atractivo para una mayor participación de los socios y socias y captación de nuevos apoyos e incrementos de los fondos.</p>	<p>Al menos 10 personas al finalizar el año se hacen socias de ACOEC , realizan alguna donación o se hacen voluntarias de la entidad.</p>	<p>Realizar modelos unificados para realizar cualquier documento de difusión (guías, post, carteles, etc.)</p>
<p>Fomentar una imagen común de la entidad por parte de todas las personas que forman parte de la organización, hacia las personas receptoras del mensaje.</p>	<p>El 80% de la población se muestra satisfecha a través de las redes sociales.</p>	<p>Realizar modelos unificados para realizar cualquier documento de difusión (guías, post, carteles, etc.)</p>
<p>Visibilizar el estado anímico y relacional del personal de la estructura para fomentar unas relaciones laborales saludables.</p>	<p>Al menos se realizan 12 reuniones al finalizar el año hablando sobre la carga laboral y emocional del personal técnico.</p>	<p>Realizar una reunión semanal para hablar sobre la carga de trabajo, cómo nos sentimos, etc.</p>

# RECURSOS NECESARIOS

## Materiales:

ACOEC cuenta con los equipos mínimos necesarios para informar con rapidez y calidad.

- Notas de prensa, artículos y reportajes
- Cartelería: banners, fotos, campañas, etc.
- Página web
- Podcasts
- Boletines digitales
- Webs específicas de proyectos

## Humanos:

ACOEC, no cuenta con un área específica para comunicación, las tareas se reparten entre:

- Persona técnica de la entidad
- Persona voluntaria especialista en comunicación
- Estudiante en prácticas en áreas de ciencias sociales

# EVALUACIÓN

Esta planificación sobre la comunicación en la entidad debe ir alineada con el plan estratégico de la entidad. Por lo tanto también tendría que contar con un seguimiento periódico.

Para implementar los objetivos fijados dentro de los plazos estipulados y evitar desviaciones en los indicadores propuestos, se realizará un seguimiento periódico que nos permita corregir y encauzar las necesidades y actividades comunicativas.

Lo seguimientos se realizarán del siguiente modo:

- Seguimiento trimestral: se realizará 4 veces cada año
- Evaluación anual: se realizará con el cierre de cada año