
Plan de Comunicación

— 20 de Mayo de 2016 —
Propuesta para asamblea

“La comunicación es el sistema nervioso de una organización, sin comunicación no es posible su funcionamiento”

1.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

↳ Según el diagnóstico podemos establecer lo siguiente:

- **Valoración positiva** en relación con los recursos disponibles.
 - Reseñable trabajo realizado desde la Secretaría Técnica. Aportes importantes de las redes.
 - Contexto donde no ha habido una apuesta decidida por la comunicación.
- Sin embargo, si queremos alcanzar los objetivos de incidencia marcados, la **comunicación tiene amplias posibilidades de mejora**.
 - Contenidos poco atractivos y divulgativos: informaciones largas, poco divulgativas, escasos contenidos propios, mensajes poco claros, lenguajes abstractos, escasa presencia visual, información poco accesible, poco trabajo en redes..
 - Mayores posibilidades de difusión y divulgación: mayor y mejor presencia en redes sociales, postproducción y difusión de documentos y actividades/eventos, charlas/talleres/congresos, ferias, etc.

- Seguimos arrastrando las **debilidades de la estructura anterior** detectadas por la consultoría realizada en 2014:
 1. Débil identificación y sentimiento de pertenencia de las bases con REAS RdR
 2. Diversidad de las redes en su composición y recursos
- ↳ Aunque aún es pronto para determinados cambios, nos parece importante rescatar de dicho documento que **“la dimensión organizativa no es en sí misma elemento suficiente para el desarrollo de la dimensión de sujeto político”**. Así, por su importancia y puesto que el diagnóstico ha revelado repetidamente estas carencias, se consideran **cuestiones de trabajo prioritario**.
- Este panorama de mejoras se topa con una importante **escasez de recursos** (económicos, materiales y humanos).
 1. Media jornada para cantidad de tareas diversas y sin formación específica en la materia.
 2. Trabajo militante discontinuo. Incapacidad para implementar mejoras ya detectadas.

- **Buenas perspectivas** a raíz del cambio de estructura: apuesta estratégica, especializaciones temáticas, impactos de las ferias y mercados sociales...
 - Se precisa una **estrategia comunicativa integral**. Para ello, es necesario definir colectivamente cuestiones básicas como grupos de interés/públicos, mensajes y objetivos.
- ↳ Para complementar a estos puntos extraídos del diagnóstico, se aporta **dafo realizado colectivamente por #Comun_Ess** (Encuentro de Comunicación y Ess de Zaragoza):

FORTALEZAS

Tenemos muchos contenidos de calidad
 Casos prácticos, reales, tangibles, demostrables, escalables
 Somos muchas agentes conectadas entre nosotras y sabiendo usar cada vez mejor los medios
 Confianza, cercanía
 Falta de recursos? Tenemos abundancia: personas, conocimiento, cientos de entidades, generosidad...
 Capacidades de resignificación, reapropiación
 Comunicar desde la experiencia

OPORTUNIDADES

Iniciativas ciudadanas que ponen en cuestión las formas de representación, participación convencionales
 Más allá de partidos, sindicatos, asociaciones...
 Economía solidaria con alegría
 Crisis multidimensional
 Vientos de cambio
 Del emisor-receptor al todas somos emisoras antenas
 ESS: visibilidad, atención
 Reas como interdependencia y cooperación
 El producto ya existe. Y es bueno. #ESS
 Municipalismo

DEBILIDADES

Rutinas, estructuras viejas
 ¿Somos tan abiertas, horizontales, transparentes como nos creemos?
 Estamos llenas de buenas intenciones pero somos poco concretos y poco prácticos
 El diseño y el marketing/ comunicación profesionalizada nos dan yuyu
 ¿Puede resignificarse el marketing/ comunicación o es en esencia una herramienta diabólica?
 Falta de recursos (humanos, económicos, temporales)

AMENAZAS

Circular, verde, colaborativa, del bien común, en transición, economía social...
 BBVA, Iberdrola, telecinco... No, mal!!!... Facebook, tweeter, salvados... ¡bueno!..
 ¿Qué tienen que ver las RRSS transnacionales con la ESS?
 La gran burbuja de las redes sociales
 Crisis multidimensional
 Transparencia leyes: calidad de publicaciones (contenido) por las sanciones en base a los plazos, fechas..

ENTRE FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES**ENTRE DEBILIDADES Y AMENAZAS**

Construir comunidad, tejernos, redes
Ética Hacker: compartir, no repetir, reutilizar
De lo alternativo, minoritario a . . .

Ess: ¿Se entiende socialmente?
Purismo/ tergiversación
Precariedad
Las barreras de la comercialización oferta, demanda.

ENTRE FORTALEZAS Y DEBILIDADES**ENTRE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

Publicidad, marketing / Comunicación Social y responsable
Cuando la gente busca sobre economía social nos encuentra

Trampolín Vs. Pozo negro
Si pero...El nuevo está difuminado en fase beta prueba/error. El nuevo paradigma se resquebraja.
Mínimo común denominador. Encuentro/confusión. Matices y diferencias.
Presencia en medios generalistas
RRSS: difusión, contactos, comunicación, participación.
¿Para qué nos sirven?
¿Apuesta política? :(¡Apuesta política!)

2.- OBJETIVOS

1. Consolidar el funcionamiento del **grupo de comunicación**.
2. Aumentar el grado de **conocimiento sobre Reas y la cohesión e identificación** con ésta de las entidades y sus personas socias.
3. Fomentar la **intercooperación** entre redes, entidades y personas.
4. Difundir **los valores**, discursos y acciones de la red... Posicionar Reas como sujeto político y referente del sector.
5. Reforzar y acompañar al **Plan general de trabajo**
6. Optimizar trabajo de **herramientas**.
7. Dinamizar **#Comun_Ess**
8. Poner **en práctica** lo que predicamos desde la función comunicativa de la RdR.

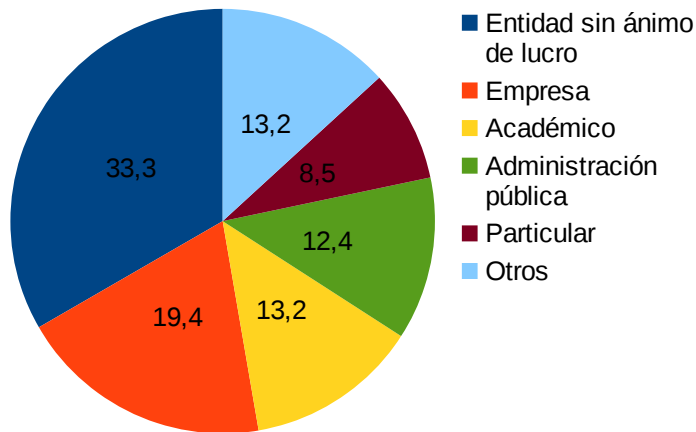
3.-GRUPOS DE INTERÉS

- Elección del término “**grupo de interés**” frente a “público”, por ser un enfoque pluridireccional, que dirige la comunicación hacia el diálogo y el intercambio, en la línea de “politizar la comunicación” de #Comun_Ess. Con este término, nos referimos a todas aquellas personas e instituciones con las que **necesitamos construir una relación**, es decir, comunicarnos, para alcanzar nuestro objetivo de transformación social.
- **Difícil definir** de manera específica. Con los datos que tenemos podemos establecer las siguientes aproximaciones:

0 Según cuestionario difundido vía boletín:

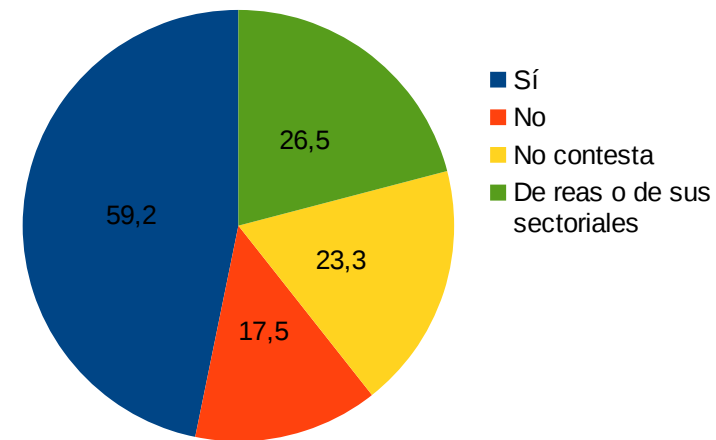
SECTOR LABORAL

(posibilidad respuesta múltiple)

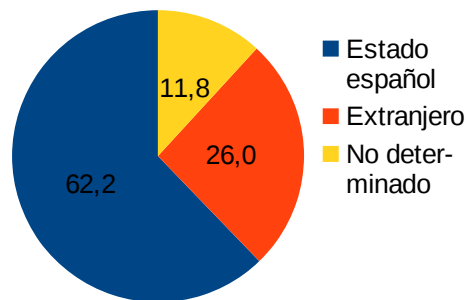


PERTENENCIA A RED/MOVIMIENTO ESS

(la pertenencia a Reas es sobre el total)



PROCEDENCIA



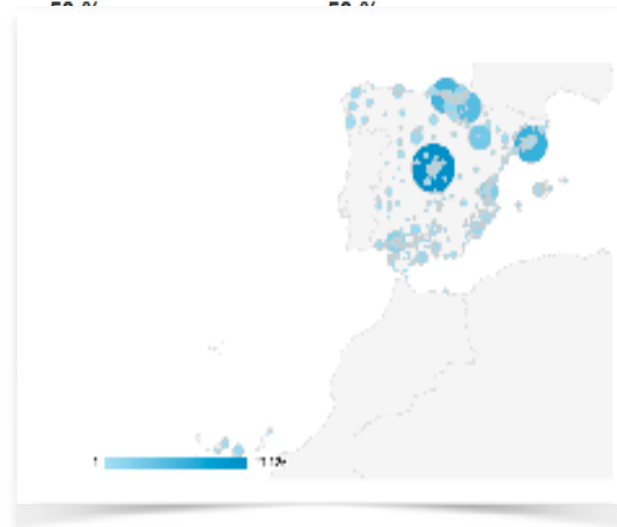
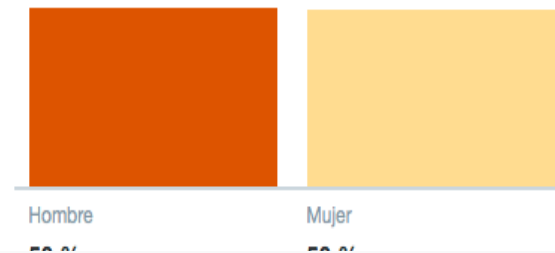
○ Según análisis de usuarios web y redes sociales:

→ Web:

Intereses

Nombre de interés	% de la audiencia
Política y eventos de actualidad	89 %
Sin fines de lucro	79 %
Comentarios	74 %
Negocios y noticias	73 %
Noticias de ciencia	71 %
Noticias sobre películas e información general	63 %
Comedia (Películas y televisión)	61 %
Política	58 %
Documental	56 %
Noticias sobre negocios e información general	51 %

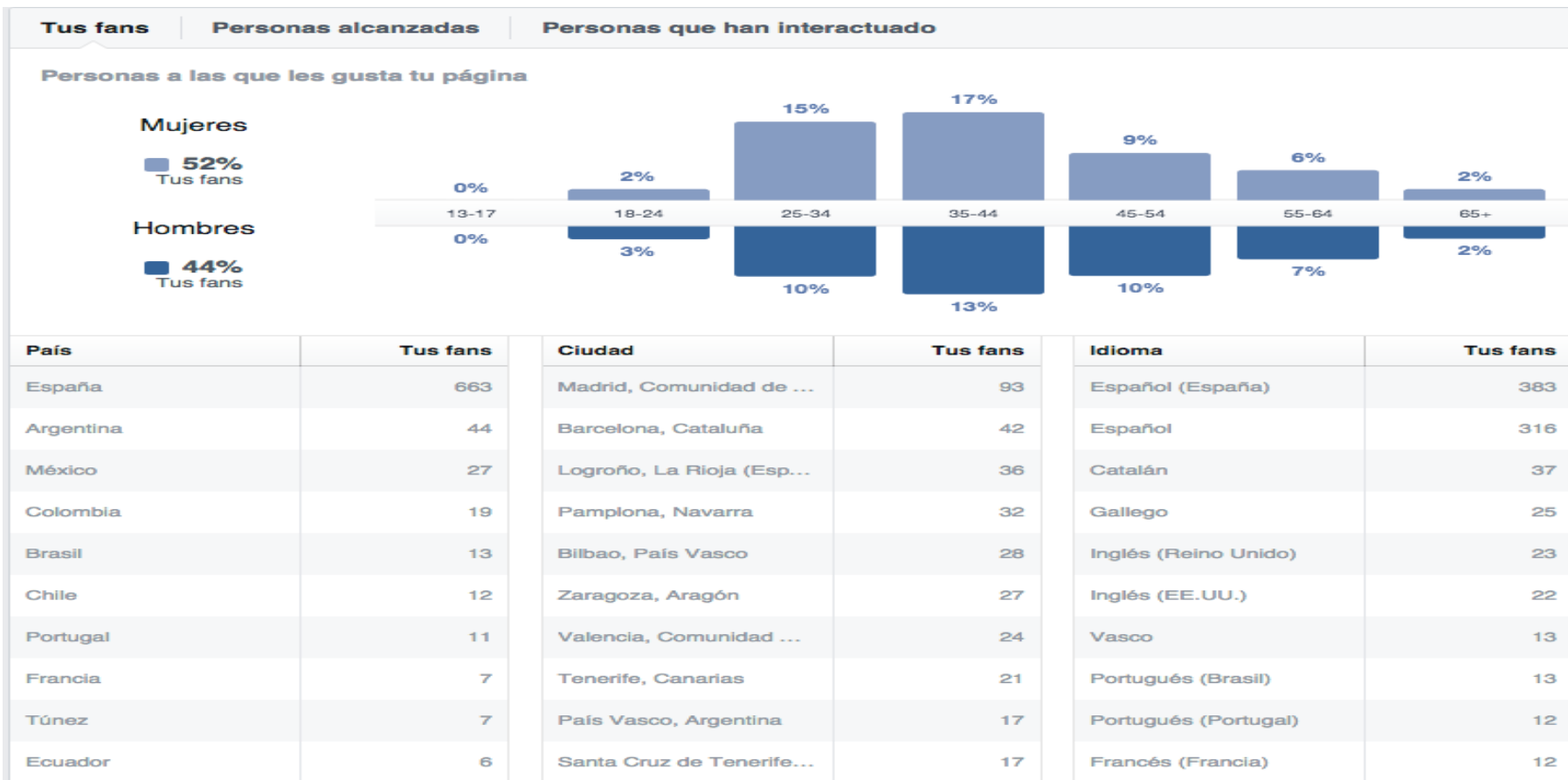
Género



→ Twitter:

- Analizando las biografías de los seguidores vemos que el **sector de económico y financiero** es el que predomina:
 1. Economía, banca, finanzas (239)
 2. Cooperativismo (130)
 3. Ecología (86)
 4. Comunicación (46)
 5. Agricultura, alimentación (42)
 6. Periódico, periodista (30)

- Las **ciudades** más frecuentes en las biografías son similares a los visitantes de la web:
 1. Madrid: 161
 2. Barcelona: 80
 3. Bilbao: 39
 4. Zaragoza: 33
 5. Pamplona: 15



- A nivel colectivo, tenemos una aproximación a partir del **listado incompleto de alianzas actuales** que se abrió para mapear los grupos de interés:
 - Reas: Redes sectoriales
 - Cepes (confederación de entidades para la economía social)
 - Ripess (Red intercontinental de promoción de la economía social y solidaria)
 - Plataforma Rural
 - Mediosafines (Diagonal, El salmón contracorriente, Arainfo, Alternativas económicas, La directa, la marea...)
 - Universidades.
 - Red de finanzas alternativas
 - CAES- Redes de Ecoaldeas y pueblos en transición
 - Economía del Bien Común
 - Retorna
 - Red para la Alianza para la soberanía alimentaria
 - Economía feminista
 - Economía crítica
 - Economía ecológica
 - ...

3.1-Internos

- Trabajar con **redes, entidades y personas de Reas** es una acción prioritaria:
 - Por coherencia y cohesión
 - Para asentar una base desde la que seguir creciendo
- Primera capa social: completa cercanía política y mismo marco relacional, donde lo que lo hay que trabajar principalmente son los canales y las herramientas. **Reforzar alianzas y compartir recursos.**
- **Trabajar escalabilidad** a través de los entornos siguientes de entidades socias: socias, clientes, proveedores...
Movilizar las bases con pequeños gestos que generen sentimiento de pertenencia.

3.2.- Externos

- Relativo consenso en debate Asamblea 20D RdR en:
 - Dirigirnos **a todos los grupos con la cautela de no diluirnos** y que el “para todas” no sea “para nadie”. La RdR como punto de encuentro de lo que hacen las redes y de articulación de discursos comunes.
 - **Salir del guetto** pero partiendo de las capas más cercanas (ya concienciadas de algún modo).
 - Momento proclive al **trabajo institucional**.
- Podríamos establecer los siguientes **grandes grupos**:
 1. Movimientos sociales
 2. Economía social en general
 - Valorar que en CEPES hay diferencias
 - Otras economías
 - 3.- Instituciones públicas
 - 4.- Mundo académico (universidad...)
 - 5.- Ciudadanía
 - 6- Medios de Comunicación

- A partir de esto podríamos resumir el mapa **de grupos de interés** en la siguientes grupos:

↳ Internos

- Grupos de trabajo y órganos de gobierno de la asociación:
 - Asamblea
 - Consejo
 - Ejecutiva
 - Secretaría técnica
 - Grupos de trabajo
- Redes territoriales y sectoriales
- Personas de entidades socias
- Personas voluntarias
- Socias de apoyo, enrédete..

↳ Intermedios

- Supra asociaciones a las que pertenecemos:
 - Cepes
 - Ripess
- Mercados Sociales
- Proveedores directos de Reas y de nuestras redes y entidades

↳ Externos

- Público lector de web y boletín
- Potenciales miembros de reas
- Instituciones académicas y centros de *conociverdad*
- Medios de comunicación y líderes de opinión
- Administraciones públicas
- Partidos políticos
- Órganos legislativos y grupos de presión
- Asociaciones y movimientos afines (sector) ...
- Movimientos culturales y sociales alternativos ...
- Ciudadanía

4.- MENSAJES

- **Adaptados** a acciones concretas, según públicos, objetivos...
- Pero a trabajar desde las siguientes **líneas/públicos**:
 1. Administración Pública: Reas es la red de economía social y solidaria que pretende devolver a la economía su función primogenia: proveer de manera sostenible las bases materiales para el desarrollo personal, social y ambiental del ser humano.
 2. Medios: Reas es la red de economía social y solidaria, generadora de contenidos y actividades de espíritu crítico con el objetivo de fomentar una economía al servicio de todas las personas.
 3. Movimientos sociales y entidades afines: Reas es la red transversal de entidades, empresas y movimientos sociales de las que nace y con las que comparte luchas.
 4. Ciudadanía: Reas es la red de entidades que construyen una economía al servicio de las personas.
- **“Frase definitoria”**: "La Red de Redes que construye un modelo económico que prioriza satisfacer necesidades, poniendo a las personas en el centro"

5.- ORGANIZACIÓN Y PRESUPUESTO

- Para la realización del presente plan se parte **los recursos y estructuras actuales**, bajo la pretensión de que una buena planificación y coordinación permita multiplicar el trabajo.
- **La comisión de comunicación** que se está creando desde el cambio de estructura podría quedar conformado de la siguiente manera:
 1. Grupo de comunicación: representativo (personas delegadas) y operativo (1/ 2 por red). Trabajo fundamentalmente telemático, de reparto de tareas y articulaciones puntuales para acciones mayores. Coordinaciones con otros órganos bajo lógicas sumatorias. Posibilidad de incluir colaboraciones externas a la red.
 2. #Comun_Ess: no representativo y para tareas más ocasionales de diversa índole (thinkthank, tareas concretas...). Su evolución determinará otras posibles integraciones (¿sectorial?)
 3. Base de datos colaboradoras para cuestiones muy puntuales. Personas expertas.

- **La comunicación es labor de todas**, por lo que convendría aumentar la base comunicativa actual. Las labores de cohesión, fortalecimiento y clarificación de identidad y mensajes anteriormente expuestas van encaminadas a ello.
- No obstante, también serían deseables otros escenarios donde se pudieran **remunerar labores**, (de manera permanente o con encargos puntuales), lo que dotaría al trabajo de una mayor constancia y organización que la que previsiblemente se pueda obtener del trabajo voluntario.
- Posibilidad de ampliar plan actual a **búsqueda de fondos**, que no se ve como principal prioridad, pero que podría serlo. Algunas líneas a seguir podrían ser:
 - **Campaña enrédate** (9.585 euros a partir de 105 aportaciones en 2015 sin dedicación).
 - **Libreta redes** (que generó 600 euros y cuya información no está ni accesible en la página web de Fiare)
 - **seguros CAES** (de los que la RdR obtuvo 2.700 euros en el último año)
 - **Otras:** otras campañas de financiación colectiva, difusión sobre las opciones de donación y la importancia de ello, subvenciones a realización de eventos y otros servicios o actividades.

6.- ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

- Nuestra estrategia es divulgar y promover la alegría de hacer juntas:
“**Desencadenar la alegría de hacer política de actos consumados**”.
- Buscamos una comunicación **basada en la realidad**. Reas realiza una función de gran valor social y las personas que formamos parte estamos felices de hacer lo que creemos es mejor. La **alegría de hacer es la motivación** de las personas de Reas. Apelar a la emoción y satisfacción por lo que hacemos para imprimirle un aspecto diferencial.
- Esta estrategia **implica**:
 - “ser nosotras mismas”
 - ser positivas y alegres, ya estamos practicando una economía solidaria.
 - Predicar con el ejemplo y promover los principios de la carta solidaria de reas
 - Convertir nuestras debilidades en fortalezas.

- La estrategia lleva **dos mensajes** implícitos:
 1. Hacemos política de actos consumados: **dotar de valor y de contenido a ser solidario** con ejemplos de la Red de redes en positivo y la alegría se “revela en apariencia, lenguaje, actos”
 2. La alegría de hacer esos actos de forma solidaria: **que la gente empatices con nuestra alegría** de hacer juntas, y se **conecte con lo que hacemos**, y con los éxitos que hemos conseguido cuando hemos sido solidarias.
- Partimos de un problema de desconocimiento de la realidad, no de la necesidad de maquillarla. Esta premisa otorga **credibilidad a nuestro mensaje**, por lo que mostrar la alegría de hacer juntas, celebrar... es además la forma de ratificar que lo estamos haciendo, y bien.

7.- PLAN DE ACCIÓN Y CALENDARIZACIÓN

7.1- Acciones por objetivos y públicos

- Se **destacan algunas acciones** que por su cercanía de ejecución o por su importancia resulta de interés un mayor desarrollo:
 - Rodaje del equipo comunicativo
 - Campaña Soy Reas y eso qué es
 - Generación de contenidos
 - La web
 - Mercado social y MeCambio
- El **resto de acciones**, así como sus **tiempos de ejecución y personas responsables** se recogen en el siguiente cuadro, que deberá seguir concretándose y detallando acciones por medio de planes específicos.

Público Objetivo	Objetivos	Acciones	Tareas	Responsable/s	Plazos
Internos					
C.C. + Redes, entidades, personas; especialmente las implicadas en labores de comunicación	Identidad: clarificación y divulgación	Manual de identidad corporativo (libro de estilo (identidad abstracta, tono, redacción y otros) e imagen gráfica)	Elaboración y difusión de éstos	C.C. (coordinan) Marisa/Valencia y María Luisa Toribio/Madrid)	Tercer Cuatrimestre '16
		Manual redes sociales		C.C. (coordinan) Marisa Y María Luisa	Tercer Cuatrimestre '16
		Manual de metodología		C.C. (coordinan) Marisa Y María Luisa	Tercer Cuatrimestre '16
		Protocolos Intranet		C.C. (coordinan) Marisa Y María Luisa	Tercer Cuatrimestre '16
Reas: redes, entidades, personas	Mejorar la comunicación interna	Protocolo funcionamiento interno nueva estructura...	Documento y posible video	Iñigo +Oshito	Tercer Cuatrimestre '16
		Intranet	Diseño estructura	Carlos Rey, Oshito	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16
			Puesta apunto técnica	Oshito	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16
			Elaboración tutorial y formación y seguimiento	Oshito	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16
		Repositorio	Diseño estructura	Carlos Rey	Segundo Cuatrimestre'16
			Recopilación documentos (internos y externos)	Carlos Rey y Blanca Crespo	Segundo Cuatrimestre'16
			Recopilación de materiales	Carlos Rey y Blanca Crespo	Segundo Cuatrimestre'16
		Circular interna mensual	Elaboración	Carlos Rey y Blanca Crespo	2017
		Base de datos compartida de personas de referencia por temas y áreas en las redes	Elaboración y actualización	Redes	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16, Continua actualización
		Base de datos compartida contactos (interlocutores externos?)	Elaboración y actualización	Redes	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16, Continua actualización
	Difusión y seguimiento de estas herramientas y funcionamientos	Realización	C.C.	Tercer Cuatrimestre '16. Vinculación Campaña identidad	
	Fomento identidad y cohesión	Aprovechar y apoyar otros eventos	Determinar y coordinar	C.C. + Grupo organizador del evento en cuestión	Según calendario otros eventos. ¿Congreso Euskadi? ¿Idearia?...
		Realización de algún evento específico	Diseñar y realizar	C.C.	Sin determinar, según necesidades/posibilidades
		Campaña	Definición y planificación campaña	C.C. + Comun_ESS	Segundo Cuatrimestre '16
			Elaboración de materiales divulgativos	C.C. + Comun_ESS	Segundo/Tercer Cuatrimestre '16
	Fomento intercooperación	Sistema de madrinazgo en cadena	Desarrollar propuesta	C.C. + Consejo	2017
		Realizar encuentro/acción específica	Desarrollar propuesta	C.C. + Consejo	2017

Público Objetivo	Objetivos	Acciones	Tareas	Responsable/s	Plazos
Externos					
Ciudadanía	Difundir valores, discursos, acciones... de Reas y la ESS	Cambios en web	Rediseño arquitectura	Investic, Carlos rey, Ejecutiva, C.C.	Según investic. 2016/2017
			Campaña de financiación	C.C. + Redes + #Comun_Ess	Según proyecto web. Primer cuatrimestre'17.
			Redacción nuevos contenidos	C.C. + #Comun_Ess + Ejecutiva	Según proyecto web. Tercer Cuatrimestre'16 /Primer Cuatrimestre'17.
			Mantenimiento y generación de contenidos	C.C. + Redes	Continuo desde lanzamiento. 2017.
		Realizar una campaña externa sobre Reas y la ESS	Diseño, desarrollo y evaluación	C.C. + #Comun_Ess + Redes	Primer/Segundo Cuatrimestre 2017
		Generar de contenidos propios: Blog Idearia, medios afines y convencionales, webs entidades...	Elaboración	Según, coordinación desde Consejo + Grupo Comunicación	Desde Segundo Cuatrimestre' 16. Continuo.
			Difusión	C.C. + #Comun_Ess + Redes	Desde Segundo Cuatrimestre' 16. Continuo
Elaborar notas de prensa y noticias de acciones de Reas	Elaborar y difundir	C.C	Continuo, planificación propia y según actualidad		
Agrupaciones civiles afines	Buscar, aprender y asimilar nuevos conocimientos, metodologías y valores para evolucionar en la dirección de la carta solidaria.	Intercambiar experiencias, metodologías de acción y conocimientos con agrupaciones civiles afines	Contacta y recibir solicitudes, participación y difusión	Consejo + C.C.	Continuo, planificación propia y según actualidad
Agentes políticos afines	Posicionar Reas como sujeto político y referente del sector.	Tejer alianzas agentes políticos afines	Listar y priorizar	Consejo + C.C.	Continuo, programación propia
Calendario de reuniones y acciones conjuntas			Consejo + C.C.	Continuo, programación propia	
Instituciones		Mantener relaciones institucionales	Reforzar labor de Consejo	Consejo + C.C.	Continuo, programación propia
Medios afines		Generar sinergias con medios afines	Mantener reuniones periódicas, trabajar contenidos conjuntos...	C.C.+ Grupo de Medios + #Comun_ESS	Desde Segundo Cuatrimestre' 16. Continuo
			Apoyar grupo medios en #Comun_Ess	Daniel Rabanaque/Aragón	Desde Segundo Cuatrimestre' 16. Continuo
Medios convencionales		Crear relaciones con medios convencionales	Actualizar y personalizar base de datos	Marta Gujarro/CECJ	Primer Cuatrimestre'16
			Mantener relación fluida	Marta Gujarro/CECJ	Continuo, programación propia
TODOS	Acompañar plan trabajo Consejo	Reforzar acciones de competencia comunicativa	Ver sobre plan de trabajo del año	C.C.	Según plan
TODOS	Acompañar plan trabajo Consejería Mercado Social	Apoyo comunicativo al plan	Ver sobre plan de trabajo del año	Blanca Crespo	Según plan
TODOS	Optimizar trabajo de herramientas	web, redes, boletín, audiovisual	Incorporar las mejoras de diagnóstico	Carlos Rey + C.C. + Investic	2016/2017
			Incorporar las mejoras de diagnóstico	C.C.	2016/2017
			Incorporar las mejoras de diagnóstico	C.C.	Según nueva web
			Incorporar las mejoras de diagnóstico	C.C.	Según plan
TODOS	Alimentar #Comun_Ess	web, lista, debates, encuentros...	Coordinar proceso y campañas y acciones que surjan	Daniel Rabanaque/Aragón	Desde Primer cuatrimestre'16. Continuo

7.2- Acciones por canales y herramientas

- Web:

- Reorganizar la web y aclarar la doble vertiente Portal de Economía Solidaria y Web de Reas.

Diferenciar ambos espacios (logo específico portal, cabecera ancho de página, acceso directo a apartado Reas...).

- Cambio de diseño (logos, colores, tipografías, fotos grandes, etc...).

- Definir nueva arquitectura de navegación acorde a los requerimientos y a una buena usabilidad de la web (información jerarquizada, noticias a tres columnas...)

- Accesibilidad a personas con diversidad funcional: certificaciones lectores de ciegos, opción de letra grande y versiones en Lectura Fácil, etc.

- Hacer la web responsive (dispositivos móviles)

- Elaborar estrategias para atraer el retorno y la navegación en profundidad.

- Realizar mejoras técnicas específicas (reducir tiempo de respuesta del navegador, especificar caché, minificar CSS...)

- Redes sociales:

- Desarrollar una estrategia específica y un manual con la línea editorial y de uso para redes:

- ↳ Facebook: aumentar el número de “usuarios/ me gusta” y el grado de interacción y participación mediante generación de contenidos y movilización de éstos en interacción con usuarios, búsqueda de la participación e implicación en la difusión.

- ↳ Twitter: publicar con más regularidad. Trabajar en la generación de contenidos y en la interactividad con los usuarios. Personalizar diseño.

- Gestores para programar y publicar automáticamente las noticias.

- Fomentar el seguimiento y trabajo entre las redes territoriales y sectoriales de Reas.

- Boletín externo/newsletter:
 - Dotarlo de un diseño más atractivo.
 - Estudiar otras temporalidades y formas de organización de los contenidos.
 - Conseguir estadísticas de lectura.
- Videos:
 - Integrar de manera transversal en la estrategia comunicativa.
 - Creación permanente según campañas concretas. Calendarizar.
 - Crear landing pages y microsites
- Boletín interno:
 - Información periódica muy sintética y de informaciones internas no publicadas en la web. Periodicidad, formato... por definir.

- Intranet:
 - Actualmente en fase beta. Pendiente perfilar y testear estructura antes de lanzamiento. Acompañamiento y seguimiento necesarios para correcta aplicación
- Encuentros:
 - Seguimiento y apoyo comunicativo de encuentros y aprovechamiento de los mismos para trabajar cohesión e intercooperación.
- Folletos y otros materiales impresos:
 - Elaboración de materiales atemporales sobre cuestiones claves de la red, con mensajes claros y divulgativos.

↳ El grado de realización y ajuste de estas acciones dependerá de la **capacidad que realmente tenga la estructura** que la sustenta.

8.- EVALUACIÓN

- **Indicadores cualitativos y cuantitativos** tener en cuenta tanto de forma continuada como una vez terminado el ciclo que el plan determine (cada 6 meses desde inicio del Plan y durante 2 años y luego de forma anual).
- Se recomiendan **entrevistas en profundidad** y **encuestas** de satisfacción con personas receptoras de nuestra Comunicación, un **análisis de la evolución de la marca** (notoriedad y reputación) en internet, así cómo un **análisis de la incidencia** de la Comunicación interna
- Creación de un **grupo de trabajo** que revise el plan periódicamente.

9.- ANEXOS

[Diagnóstico versión completa](#)

[Diagnóstico presentación](#)

[Diagnóstico propuestas de mejoras presentación](#)

[Paneles #Comun_ESS \(Dafo, objetivos, herramientas...\)](#)

[Actas debate públicos/grupos de interés Asamblea RdR 20D](#)

[Cronograma de acciones por objetivos](#)

[Indicadores de Evaluación](#)

Si queremos ser referente de la economía solidaria y sujeto político, necesitamos comunicar más y mejor.

- Recuerda que REAS eres tú comunicándote en Red. -

Si quieres aportar tu granito comunicativo:

comunicacion@reasne

¡Y **#ComunicaReas** siempre que puedas!

