

PLAN DE COMUNICACIÓN

FUNDACIÓN VOCES PARA LA CONCIENCIA Y EL DESARROLLO

El plan comunicación es un documento estratégico que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la organización. Es la base sobre la que se fundamentan las acciones comunicativas de la entidad, totalmente necesarias para alcanzar los objetivos con éxito, en sinergia con todas las áreas y temas emergentes en el sector artístico-social en el caso de nuestra fundación.

PUNTO DE PARTIDA

La base de la que partimos en cuanto a redes sociales es la siguiente:

- Seguidores en Facebook: 8.700 seguidores.
- Seguidores en Instagram: 1.423 seguidores.
- Seguidores en X: 77.836 seguidores.
- Seguidores en YouTube: 1.690 suscriptores.

OBJETIVOS

Objetivo 1 – Posicionamiento: Consolidar el Festival 16KM como proyecto cultural referente en cultura comunitaria.

Objetivo 2 – Impacto: Visibilizar resultados e impacto social de los proyectos (no solo actividades).

Objetivo 3 – Sostenibilidad: Apoyar la captación de financiación privada mediante comunicación estratégica.

Objetivo 4 – Comunidad: Mantener una comunicación constante y coherente con la comunidad local.

PÚBLICO

Audiencias a las que nos dirigimos:

1. Ciudadanos de a pie y vecinos de Cañada Real.
2. Entidades sociales y administraciones públicas que trabajan en la Cañada Real o que comparten proyectos sociales u objetivos: trabajar en la lucha contra la pobreza, creer en la cultura y el arte como una herramienta muy poderosa para contribuir a mejorar la vida de las personas, compartir los objetivos de la agenda 2030.
3. Entidades y personalidades interesadas en la Fundación adscritas a la *newsletter* y/o que nos siguen o han colaborado con nosotros.
4. Líderes de opinión: Artistas y profesionales colaboradores en las acciones.
5. Participantes de algunas de las actividades llevadas a cabo.

MENSAJES/IDEAS FUERZA

1. Valor social

Queremos que uno de nuestros mensajes fuerza se apoye sobre el valor social que aporta la Fundación Voces y que conlleva una importante transformación social. La cultura en general y el cine en particular son importantes herramientas para mejorar la cohesión social y para generar oportunidades de diálogo intercultural entre las

diferentes comunidades. El arte es una poderosa herramienta de transformación que consigue exitosos resultados a la hora de combatir problemáticas como la pobreza, la soledad no deseada, ayuda a mejorar la autoestima, cambia referentes, abre miras, ofrece oportunidades de reflexión, etc.

2. Valor cultural

Otro mensaje importante es que queremos fomentar el derecho de cultura para todos. Pretendemos acercar el cine, la música y el teatro a todos los rincones, mejorando la accesibilidad universal a la cultura y promoviendo la igualdad de oportunidades. Además, queremos mostrar la riqueza intercultural de nuestra sociedad.

3. Derribar los estereotipos

Pretendemos derribar estereotipos equivocados y dañinos que rodean la Cañada Real, zona en la que llevamos a cabo muchos de nuestros esfuerzos, la cual no es, ni debe ser, sinónimo de marginalidad.

4. Dar valor y visibilidad a las actividades de la Fundación.

Dar valor y visibilidad a las acciones, actividades y trabajos que realiza la fundación a lo largo de todo el año.

PILARES DE CONTENIDO:

1. Impacto (datos, testimonios)
2. Comunidad (territorio y personas)
3. Festival 16KM (marca tractor)
4. Cultura como derecho

TONO/ESTILO DEL MENSAJE:

1. Ciudadanos de a pie:

Mensajes frescos, comunitarios, informales y cercanos, con imágenes de la actividad. Se trabajará una publicidad emocional que consiga crear un vínculo afectivo con la organización.

2. Entidades sociales y administraciones públicas de la Cañada Real y Entidades y personas interesadas en la Fundación adscritas a la newsletter y/o ya han colaborado con nosotros:

Mensajes formales informativos, con imágenes y enlaces de interés.

3. Líderes de opinión: Artistas y profesionales colaboradores en las acciones

Mensajes frescos, cercanos e informativos con imágenes y enlaces de interés para que puedan compartir. Se podrán comunicar las actividades utilizando el recurso de *storytelling* explicando historias de beneficiarios para que conozcan la repercusión de nuestros programas.

Hastags relevantes: #Festival16CañadaReal #16Festival #CañadaReal #Culturacañadareal #Experimentacompañía #soledadnodeseada #Fundación #fundaciónvoces #Voces #cultura #programassociales #audiovisuales

CANALES:

1. Redes sociales relevantes: Instagram, Facebook y X:

Para conseguir aumento de la comunidad se realizarán las siguientes acciones:

- Compartir contenido de interés durante todo el año.

- Etiquetar contenidos usando los #hashtags antes mencionados y otros de financiadores, colaboradores, etc.
- Etiquetar a las personas y asociaciones/organizaciones implicadas.
- Hacer menciones y agradecer las interacciones a las personas que comentan.
- Tener en cuenta los horarios de publicación.

2. Mailing por suscripción/*newsletter*

Utilizando Mailchimp se hará llegar un boletín informativo sobre las actividades y las novedades de la Fundación Voces.

- El boletín siempre incluirá un enlace a las redes sociales y la web de la fundación.
- El boletín siempre incluirá un enlace para hacer donaciones.
- Previsión inicial de un total de 3 boletines anuales.

MEDICIÓN

Indicadores anuales:

- Crecimiento comunidad Instagram (% anual).
- Tasa de apertura newsletter.
- Interacciones recibidas o alcance periódico.
- Número de colaboraciones o contactos estratégicos derivados de comunicación.

COMUNICACIÓN Y FINANCIACIÓN

La comunicación de la Fundación no se orienta únicamente a la difusión de actividades, sino a reforzar su posicionamiento institucional y a apoyar la sostenibilidad económica mediante la visibilización del impacto, la generación de confianza y la atracción de alianzas estratégicas.

ACCIONES Y RESULTADOS ESPERADOS:

1.- Conservar y si es posible aumentar un 5% el número de seguidores de la Fundación en redes sociales (Potenciar la visibilidad de la entidad).

Indicador: estadísticas de las páginas de F. Voces en redes sociales.

Acciones específicas: aumentar la frecuencia de publicaciones e historias en redes sociales. (Mínimo 2 posts al mes + 4 historias al mes)

*Se contempla que durante el Festival anual de cine 16Km de Cañada Real, la actividad en redes sociales se intensifique. Al finalizar las semanas de festival, se realiza una evaluación del impacto obtenido en redes sociales, número de publicaciones y número de seguidores.

2.- Actualizar los envíos de *email-marketing*.

Indicador: estadística de Mailchimp (Número de personas que abren los boletines, que cancelan los envíos, etc.)

Acciones específicas: actualización de los contactos de Mailchimp y aumento de la frecuencia de boletines enviados. (Tres boletines al año).

ENLACES A LAS REDES SOCIALES DE LA FUNDACIÓN VOCES:

Instagram: <https://www.instagram.com/fvocescd/>

Facebook: <https://www.facebook.com/voces>

X: <https://twitter.com/FVocesCD>

YouTube: <https://www.youtube.com/@FundacionVoces>

LinkedIn: <https://es.linkedin.com/company/fundacionvoces>