

Avenida Pancho Flor y Avenida 13 de Abril
Macas, Ecuador
www.fundacionatasim.com

PLAN DE COMUNICACIÓN

FUNDACION ATASIM

Índice

1. Introducción
2. Objetivos
3. Mensajes
4. Destinatarios
5. Estrategia y Actividades
 - 5.1 Comunicación Interna
 - 5.2 Imagen, Comunicación Externa y Difusión
 - 5.3 Fortalecimiento de la Presencia Digital
 - 5.4 Relación con Medios de Comunicación
 - 5.5 Plan de Contenidos y Estrategia de Redes Sociales
 - 5.6 Responsable de Comunicación del Proyecto
6. Herramientas
7. Presupuesto
8. Cronograma
9. Seguimiento y Evaluación - Resultados Esperados
10. Estrategias de Expansión y Sostenibilidad
11. Plan de Crisis y Manejo de Reputación

1. Introducción

La comunicación es clave para el éxito del trabajo de la Fundación Atasim, que busca mejorar la calidad de vida de las comunidades de Morona Santiago mediante el empoderamiento de las mujeres en la agricultura y la comercialización de productos transformados. Este Plan de Comunicación y Difusión establece una estrategia efectiva para la divulgación de la labor de la Fundación, el fortalecimiento de su imagen y la creación de alianzas estratégicas.

2. Objetivos

Objetivo general:

- Posicionar a la Fundación Atasim como un referente en el desarrollo comunitario, la producción sostenible y el empoderamiento de mujeres agricultoras.

Objetivos específicos:

- Mejorar la comunicación interna entre los integrantes de la Fundación.
- Incrementar la visibilidad de la Fundación a nivel local, nacional e internacional.
- Informar sobre los beneficios y logros de los proyectos de Atasim.
- Sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del consumo de productos sostenibles y la economía solidaria.
- Crear y fortalecer alianzas con entidades públicas, privadas y organismos de cooperación.
- Reforzar la presencia digital de Atasim mediante estrategias de marketing digital y contenidos de valor.
- Desarrollar estrategias de crisis para el manejo adecuado de la reputación institucional.

3. Mensajes

Los mensajes clave a difundir incluyen:

- "Atasim transforma vidas a través de la agricultura y la economía social."
- "Productos con identidad, cultivados con amor y responsabilidad."
- "Mujeres liderando el cambio en la economía rural."
- "Apoya la sostenibilidad y la justicia social con cada compra."
- "El consumo responsable puede cambiar el mundo."

4. Destinatarios

Internos:

- Miembros de la Fundación
- Productores y colaboradores

Externos:

- Consumidores y público general
- Organismos de cooperación
- Empresas y comercios aliados
- Instituciones gubernamentales y no gubernamentales
- Medios de comunicación

5. Estrategia y Actividades

5.1 Comunicación Interna

- Creación de boletines informativos.
- Reuniones periódicas para alineación estratégica.
- Uso de plataformas digitales para coordinación.
- Implementación de capacitaciones internas sobre comunicación efectiva.

5.2 Imagen, Comunicación Externa y Difusión

- Desarrollo de una imagen corporativa coherente.
- Campañas de sensibilización en medios tradicionales y digitales.
- Publicación de artículos y notas de prensa.
- Organización de eventos y ferias.
- Alianzas con influencers y medios de comunicación.

5.3 Fortalecimiento de la Presencia Digital

- Estrategias de posicionamiento SEO y SEM.
- Creación de contenido de valor en redes sociales.
- Implementación de un calendario editorial digital.
- Desarrollo de campañas de email marketing y automatización de respuestas.
- Medición y análisis de interacciones para optimizar estrategias.
- Producción de videos institucionales y testimoniales.

5.4 Relación con Medios de Comunicación

- Creación de un dossier de prensa con información clave sobre la Fundación.
- Contacto regular con periodistas y líderes de opinión.
- Coordinación de entrevistas y reportajes.
- Organización de ruedas de prensa para comunicar hitos importantes.

5.5 Plan de Contenidos y Estrategia de Redes Sociales

- Publicaciones periódicas con contenido de interés para la comunidad.
- Uso de formatos innovadores (infografías, videos cortos, transmisiones en vivo).
- Interacción activa con los seguidores para generar comunidad.
- Publicidad segmentada en redes sociales para llegar a más audiencias.

5.6 Responsable de Comunicación del Proyecto

Se designará un responsable para coordinar todas las actividades de comunicación y difusión, asegurando coherencia y efectividad en los mensajes transmitidos.

6. Herramientas

- Redes sociales optimizadas (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn).
- Estrategias de contenido en blog y SEO.
- Boletines digitales y automatización de envíos.
- Material promocional impreso y digital.
- Participación en eventos y ferias.
- Campañas de marketing de contenido y publicidad digital.
- Producción de podcasts educativos sobre agricultura sostenible y comercio justo.

7. Presupuesto

Se asignarán recursos para:

- Diseño y mantenimiento del sitio web.
- Creación de material audiovisual y multimedia.
- Publicidad digital y en medios tradicionales.
- Eventos de promoción y alianzas estratégicas.
- Formación y capacitación en comunicación digital.

8. Cronograma

El plan de comunicación se ejecutará en fases trimestrales, garantizando evaluaciones periódicas para medir su impacto.

9. Seguimiento y Evaluación - Resultados Esperados

Indicadores clave:

- Crecimiento del alcance e interacción en redes sociales.
- Incremento de menciones en medios de comunicación.
- Aumento en la participación en eventos y actividades digitales.
- Mayor reconocimiento y posicionamiento de marca.
- Incremento en el tráfico del sitio web y conversiones.
- Expansión del alcance internacional de la Fundación.

10. Estrategias de Expansión y Sostenibilidad

Para garantizar el crecimiento y la estabilidad a largo plazo de la Fundación Atasim y su tienda en línea, se plantean diversas estrategias enfocadas en la diversificación de ingresos, la consolidación de alianzas y el fortalecimiento de la comunidad de apoyo.

10.1. Establecimiento de Convenios con Instituciones Aliadas

- Identificación de organizaciones gubernamentales, ONGs, universidades y empresas privadas que compartan la misión de la Fundación.
- Desarrollo de acuerdos de cooperación para la provisión de insumos, asistencia técnica y capacitación en áreas estratégicas.
- Generación de redes de colaboración para expandir el impacto de la Fundación en otras regiones.

10.2. Búsqueda de Financiamiento y Patrocinadores

- Presentación de proyectos a fondos nacionales e internacionales de desarrollo sostenible, inclusión social y empoderamiento femenino.
- Creación de paquetes de patrocinio para empresas interesadas en apoyar causas sociales y ambientales.
- Implementación de campañas de crowdfunding para financiar proyectos específicos de la tienda en línea y programas de la Fundación.

10.3. Desarrollo de Programas de Voluntariado Digital y Presencial

- Diseño de programas para captar voluntarios que apoyen en áreas como marketing digital, logística, atención al cliente y diseño de productos.
- Creación de una plataforma donde los voluntarios puedan registrarse y elegir actividades según sus habilidades y disponibilidad.
- Integración de programas de voluntariado corporativo con empresas que deseen involucrar a sus empleados en iniciativas de impacto social.

10.4. Creación de una Tienda en Línea para Fortalecer la Sostenibilidad Económica de la Fundación

- Desarrollo de una plataforma de e-commerce optimizada para facilitar la compra de productos de la Fundación y los productores locales.
- Implementación de estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y ventas (SEO, redes sociales, publicidad digital).
- Establecimiento de sistemas de pago seguros y eficientes, así como logística de distribución confiable.
- Expansión del catálogo de productos mediante colaboraciones con otros artesanos y agricultores de la región.

10.5. Internacionalización de la Marca mediante Colaboraciones Estratégicas

- Asociación con distribuidores y plataformas de comercio internacional para la venta de productos en mercados extranjeros.
 - Creación de alianzas con ONGs y organismos internacionales para visibilizar el impacto social de la Fundación.
 - Implementación de estrategias de comunicación en varios idiomas y participación en ferias internacionales de comercio justo y productos sostenibles.
-

11. Plan de Crisis y Manejo de Reputación

Para proteger la integridad y la credibilidad de la Fundación Atasim y su tienda en línea, es fundamental contar con un plan sólido de gestión de crisis y manejo de reputación.

11.1. Identificación de Posibles Riesgos y Escenarios de Crisis

- Análisis de riesgos en áreas clave como producción, distribución, atención al cliente y relaciones públicas.
- Identificación de posibles amenazas externas como campañas de desinformación, problemas logísticos o conflictos con proveedores.
- Creación de un mapa de riesgos con estrategias de mitigación para cada uno.

11.2. Diseño de Protocolos de Respuesta Rápida

- Establecimiento de procedimientos internos para abordar crisis de manera inmediata y efectiva.
- Definición de un equipo de respuesta que actúe rápidamente ante situaciones críticas.
- Creación de guías para la comunicación interna y externa en momentos de crisis.

11.3. Creación de un Equipo de Respuesta ante Crisis Mediáticas

- Conformación de un grupo de especialistas en comunicación y relaciones públicas para gestionar crisis en medios tradicionales y digitales.
- Implementación de planes de contingencia para responder ante comentarios negativos, noticias falsas o ataques a la reputación de la Fundación.
- Capacitación del equipo en manejo de crisis, comunicación asertiva y resolución de conflictos.

11.4. Monitoreo Constante de la Percepción Pública

- Uso de herramientas de análisis de redes sociales y medios para evaluar el sentimiento del público hacia la Fundación y su tienda en línea.
- Implementación de encuestas y estudios de opinión para conocer la percepción de clientes y aliados estratégicos.
- Respuesta proactiva ante cualquier señal de crisis para evitar su escalamiento.

11.5. Transparencia y Comunicación Efectiva en Momentos de Crisis

- Mantenimiento de una comunicación clara y honesta con la comunidad, clientes y aliados.
- Publicación de comunicados oficiales en momentos críticos para informar sobre la situación y las acciones correctivas tomadas.
- Fomento de una cultura organizacional basada en la transparencia y la ética, fortaleciendo la confianza de los stakeholders.

Estas estrategias permitirán a la Fundación Atasim consolidar su expansión y garantizar su sostenibilidad, minimizando riesgos y asegurando una respuesta eficiente ante cualquier crisis.