Plan de trabajo en comunicación – Federación Uruguaya de Cooperativas de Consumo

 Marzo 2016

Mi trabajo comienza sobre la base de un muy buen diagnóstico y plan de comunicación elaborado por la anterior comunicadora, Mariel Balás, que dejó establecidas las principales líneas de trabajo en cuanto a la comunicación interna de la FUCC, su posicionamiento en la sociedad y la comunicación entre cooperativas y socios.

En términos generales, el siguiente plan se dividirá en dos grandes aspectos: unos primeros tres meses de puesta a punto en la comunicación interna y los posteriores tres meses concentrado en la difusión de la FUCC y sus cooperativas, tanto hacia los medios de comunicación como hacia los socios de las cooperativas.

Este trabajo se verá fortalecido y enriquecido en los espacios de trabajo a los que me incorporo: el Equipo de Comunicación de la FUCC y la Red de Comunicadores del movimiento cooperativo.

Actividades previstas para marzo, abril y mayo:

1. Página web de la FUCC: uno de los primeros elementos que permiten conformar la presencia de la Federación, y que funciona como herramienta de comunicación hacia dentro y hacia fuera, es la página web institucional. En este sentido hay un trabajo encaminado junto con el estudio de diseño Lateral, que me propongo revisar, afinar y completar como una de las primeras prioridades.
2. Correos electrónicos institucionales: una vez delineado el trabajo de la página web, y una vez que contemos con el dominio, buscaremos implementar los correos institucionales de la FUCC, con diseños especiales en encabezado y/o pie de página, estableciendo también sus formas de uso.
3. Actualización de redes sociales: revitalizar la página web de Facebook de la FUCC, buscando mayor alcance, y estudiar conveniencia de otras redes sociales en función de las necesidades de la Federación (Twitter, Linkedin para organizaciones, etc).
4. Boletín de noticias: una vez en funcionamiento la página web, se evaluará la conveniencia y frecuencia de editar un boletín de noticias de la FUCC con, eventualmente, dos públicos distintos: integrantes de la FUCC y público en general (principalmente integrantes del movimiento cooperativo, medios de comunicación, autoridades).

Actividades previstas para junio, julio y agosto:

1. Plan de medios: el trabajo consiste en elaborar una agenda de medios de comunicación claves en la difusión de las noticias de la FUCC en televisión, radio, prensa escrita e internet, en función de lo que la Federación tenga para comunicar. El sesgo tendrá que ver con aquellos medios o programas interesados en: cooperativismo, economía, y aquellos de contenidos generalistas. Una vez elaborado se buscará entrar en contacto con ellos y lograr la difusión de las noticias de la FUCC.
2. Evaluación de otras acciones de difusión: esto dependerá del momento en el que se encuentre la FUCC, pero, además de la actualización permanente de nuestra página web y las redes sociales, se podrán definir acciones de comunicación específicas para lograr incidir en distintos ámbitos y difundir los proyectos de la FUCC. Entre otras acciones a evaluar y definir, mencionamos: reedición de Tertulias Cooperativas u otras actividades de discusión y debate con autoridades, Día de la compra cooperativa, afiches y publicidad en espacios de comunicación a nuestro alcance y publicidad en redes sociales y/o medios de comunicación.