

PLAN 2011 2013 DE COMUNICACIÓN Y CAPTACIÓN DE FONDOS

Plan Estratégico 2011-2013 de comunicación e captación de fondos
Análise Xeral (Externo e Interno) Nos seus primeiros 12 anos de vida (1998-2010), MUSOL foi alcanzando un grao de madurez grazas á consolidación das actividades realizadas tanto en España como nos países de Sur onde opera. Durante este proceso, fóronse perfilando de forma clara os grupos destinatarios aos cales MUSOL dirixiuse preferentemente na acción de divulgación das súas propias actividades, así como definiuse aos poucos o posicionamento da organización, no amplo panorama das Organizacións Non Governamentais que se dedican á Cooperación ao Desenvolvemento, á Sensibilización, Educación Formación para o Desenvolvemento e ao Co-desenvolvemento en España e en Europa.

O proceso de reposicionamento estratéxico culminado en 2009 coa aprobación por parte dos órganos directivos dun novo Marco Estratégico, contribuíu tamén a aclarar cara a onde vai MUSOL. A misión, a visión e os valores de Musol son elementos imprescindibles para entender, fundamentar e definir a estratexia de comunicación de MUSOL.

Ao cumprir 12 anos de actividades, MUSOL realiza un proceso inédito de planificación estratéxica e operativa do ámbito de comunicación e captación de fondos, que desde 2009 conta cun área funcional específica no organigrama institucional. Á base deste exercicio de planificación hai que considerar as peculiaridades de MUSOL, determinadas polo seu particular ámbito de actuación.

MUSOL asenta a súa achega a favor do desenvolvemento sostible das poboacións máis desfavorecidas, no fortalecemento das capacidades tanto dos gobernos rexionais e locais como da sociedade civil, no marco dos procesos de desenvolvemento, descentralización e participación vixentes nos países destinatarios da nosa actividade. MUSOL orienta a súa acción a favor da gobernabilidade local, tanto nos países do Sur (en África e América Latina) como en España, onde MUSOL pretende ser referente no traballo de sensibilización da administración pública local e autonómica e de mellora da calidade da cooperación descentralizada. A especialización técnica de MUSOL diferencia esta organización no amplo panorama de ONGs existentes en España e en Europa, situándolle ademais como un interlocutor privilexiado das administracións locais e autonómicas españolas e dos seus funcionarios/as, técnicos/as e políticos/as. Debido ao sector de especialización de MUSOL, arriba descrito, a comunicación da nosa organización deberá ter en conta os grupos destinatarios específicos mencionados: os/as políticos/as, técnicos/as e funcionarios/as da administración autonómica e local, así como os entes locais e autonómicos como institucións. Para esta tarefa, MUSOL conta coa colaboración de organizacións procedentes do mundo municipal, en particular de COSITAL Colexio de Secretarios, Interventores e Tesoureiros da Administración Local, e deberá ampliar as sinerxías con outras organizacións pertinentes en España e en Europa. Devanditos grupos constitúen ademais a base social de MUSOL, e a súa involucramento activo nas actividades da organización é vital para a implementación das estratexias da organización. O apoio dos/as técnicos/as e funcionarios/as da administración autonómica e local, así como dos entes locais e autonómicos como institucións, materialízase na participación activa nas nosas iniciativas e no apoio económico á organización. Neste sentido, devanditos grupos son tamén os destinatarios principais da nosa actividade de captación de fondos. Con todo, ademais de orientar a

súa comunicación aos grupos destinatarios máis pertinentes coa súa especialidade, MUSOL debe ter en conta outros factores, que obrigan a ampliar o abanico de destinatarios da nosa comunicación.

MUSOL, a pesar de que, cada vez máis, está sendo recoñecida por outros actores da cooperación, como ONG especializada en municipalismo, non logrou ao momento que o público en xeral coñézaa e recoñeza como tal, suficientemente. Avances importantes déronse no territorio de orixe da organización (a Comunidade Valenciana), onde o posicionamento da organización está máis consolidado na sociedade valenciana, pero moito traballo queda por facer no resto de España e en Europa. Coherentemente cos valores que rexen a actividade da organización, MUSOL ten o deber de garantir unha adecuada transparencia e accountability das súas actividades, que non pode reducirse aos grupos específicos descritos nos parágrafos anteriores. O deber de render contas se ampla á sociedade en xeral e a todos os stakeholders (ou sexa a calquera que reciba a influencia, directa ou indirecta, dos actos da organización) localizados tanto en España e Europa como nos países en vía de desenvolvemento onde traballamos. Entre outros, cabe mencionar: os doantes (públicos e privados), os/as socios/as e os/as colaboradores, o comité asesor, as contrapartes en España e no Sur, os actores da cooperación descentralizada (ONGs, Universidades, Sindicatos, Municipios, etc.), os provedores, os/as destinatarios da nosa acción de cooperación ao desenvolvemento, codesenvolvemento e Sensibilización, Educación e Formación para o Desenvolvemento (os/as beneficiarios/as dos nosos proxectos, tanto no Sur como en España), os/as membros dos órganos de goberno da organización e os/as empregados/as da organización.

A partir destas consideracións, decidiuse organizar a Estratexia de Comunicación e Captación de Fondos, repartindo cada apartado (obxectivos, grupos destinatarios, eixos de acción) en:

Comunicación de impacto xeral (ou Above The Line):

Refírese ao conxunto de accións dirixidas á sociedade en xeral, co obxectivo de difundir MUSOL e a súa acción, contribuíndo ao seu posicionamento e asegurando unha adecuada rendición de contas dirixida á sociedade en xeral. Trátase de iniciativas de publicidade realizadas principalmente a través de medios masivos. Comunicación de impacto específico (ou Below The Line):

Refírese ao conxunto de accións dirixidas aos grupos específicos detallados nos parágrafos anteriores, co obxectivo de difundir MUSOL e a súa acción así como de render contas e fomentar a transparencia entre os grupos máis pertinentes identificados. Trátase de iniciativas de comunicación realizadas principalmente con instrumentos e metodoloxías específicas pensadas para chegar aos segmentos prioritarios. Captación de Fondos:

Refírese ao conxunto de accións que teñen como obxectivo a captación de fondos privados ou públicos non vinculados a proxectos (ou sexa, excluindo as subvencións a proxectos específicos), tal e como as iniciativas de ampliación do número de socios da organización.

Transversalmente, a comunicación de MUSOL terá en conta os principios da Mercadotecnia Social. Toda iniciativa de MUSOL buscará influír na audiencia obxectivo para fomentar hábitos solidarios e responsables que contribúan a superar a desigualdade e a pobreza que caracterizan as relacións globais. Difundiranse informacións e mensaxes que axuden a comprender a complexa interrelación que impide o desenvolvemento sostible, buscando a implicación persoal na resolución de devanditos problemas. Evitaranse mensaxes meramente publicitarias e a difusión das actividades de MUSOL realizarase sobre bases de transparencia.

Posicionamento da organización

A visión de MUSOL é ser unha organización de referencia no traballo coas organización e entidades públicas rexionais e locais de España, África e América Latina, que fomenta a sensibilización, a transparencia e a eficacia, a aprendizaxe e a mellora continua, internamente e entre as súas contrapartes, para promover o satisfactorio progreso das poboacións máis desfavorecidas e a participación das mesmas nos procesos de desenvolvemento local.

A visión de MUSOL inspira a acción de comunicación e captación de fondos e, xunto coa misión e valores da organización, define cal é o posicionamento que MUSOL quere obter na sociedade, diferenciándose claramente das demais ONGs pola súa especialización técnica e asumindo os máis innovadores retos de prestación de contas, impacto e transparencia, á base das súas accións de comunicación. Obxectivo(s) da organización Comunicación de impacto xeral: Dar a coñecer MUSOL e o seu labor en ámbito nacional e europeo, contribuíndo ao seu posicionamento e transversalmente fomentando a rendición de contas e a transparencia, dirixida á sociedade en xeral.

Comunicación de impacto específico:

Consolidar MUSOL como organización de referencia na cooperación municipalista entre os segmentos estratéxicos identificados, implicando devanditos grupos nas actividades de MUSOL e facéndolles destinatarios específicos da rendición de contas e demais medidas de transparencia da organización.

Captación de Fondos:

Aumentar os socios privados, institucionais e as empresas colaboradoras para asegurar un mellor equilibrio das fontes de financiamento da organización, contribuíndo á autonomía e sustentabilidade da mesma.

Definición dos grupos destinatarios e dos segmentos específicos que atenderemos: Tal e como exposto no apartado de Análise Xeral, a comunicación e a captación de MUSOL dirixiranse á sociedade en xeral, e aos seguintes segmentos específicos: os/as políticos/as, técnicos/as e funcionarios/as da administración autonómica e local, así como os entes locais e autonómicos como institucións, os doantes (públicos e privados), os/as socios/as e os/as colaboradores, o Comité Asesor, as contrapartes en España e no Sur, os actores da cooperación descentralizada (ONGs, Universidades, Sindicatos, Municipios, etc.), os provedores, os/as destinatarios da nosa acción de cooperación ao desenvolvemento, codesenvolvemento e Sensibilización, Educación e

Formación para o Desenvolvemento (os/as beneficiarios/as dos nosos proxectos, tanto no Sur como en España), os/as membros dos órganos de goberno da organización e os/as empregados/as da organización.

Os grupos aos cales MUSOL orientarase con maior intensidade tanto na comunicación como na captación de fondos son: os/as técnicos/as e funcionarios/as da administración autonómica e local, así como os entes locais en si.

Eixos de acción prioritarios:

Obxectivo	Eixo de acción	Segmento prioritario	Medida de eficacia (indicadores SMART)
1) Comunicación de impacto xeral: dar a coñecer MUSOL e o seu labor a nivel nacional e europeo, contribuíndo ao seu posicionamento e fomentando transversalmente a rendición de contas e a transparencia, dirixida á sociedade en xeral.	1) Establecer sinerxías cos medios de comunicación, especializados e xeneralistas, para aumentar a presenza de MUSOL en prensa, radio e televisión, dotándose de ferramentas adecuadas de monitoreo.	Sociedade en xeral en España e en Europa	- aumenta o Nº de aparicións de MUSOL en medios de comunicación masivos (dato de partida ao 31/08/2010: 140 aparicións).
	2) Mellorar os instrumentos da organización, tradicionais e os baseados nas Novas Tecnoloxías da Comunicación, para a información da sociedade española e europea sobre MUSOL e o seu labor, así como para a rendición de conta da organización, consolidando mecanismos de comunicación interna	Sociedade en xeral en España e en Europa	- información básica de todos os proxectos en curso ou acabados despois do 2010, está dispoñible na web de MUSOL. - MUSOL ten unha páxina web actualizada diariamente e polo menos un outro instrumento de comunicación nas redes sociais máis difundidas.

	que aseguren a disponibilidad de información sistematizada pertinente e a tempo para alimentar a comunicación externa.		
2) Comunicación de impacto específico: Consolidar MUSOL como organización de referencia na cooperación municipalista entre os segmentos estratéxicos identificados, implicando devanditos grupos nas actividades de MUSOL e facéndolles destinatarios específicos da rendición de contas e demais medidas de transparencia da organización.	1) Institucionalizar campañas de difusión de MUSOL dirixidas a técnicos/as, funcionarios/as das administración local e autonómica e aos municipios de España.	técnicos/as, funcionarios/as das administración local e autonómica e aos municipios de España	- 100 % dos municipios españois reciben regularmente información sobre MUSOL. - 100 % dos socios de COSITALColegio de Secretarios, Interventores e Tesoresos da Administración Local, reciben regularmente información sobre MUSOL.
	2) Institucionalizar instrumentos específicos de difusión e rendición de contas, adaptados aos segmentos destinatarios	los/as políticos/as, técnicos/as y funcionarios/as de la administración autonómica e local; entes locais e autonómicos como institucións, doantes (públicos e privados), socios/as e colaboradores de MUSOL; o Comité Asesor de MUSOL; as contrapartes en España e no Sur; os actores da cooperación	- 30 % de los destinatarios/as de los instrumentos de comunicación específica conocen la especialización de MUSOL. - 3 % dos destinatarios/as dos instrumentos de comunicación específica externos á organización, envían feed back a MUSOL..

		<p>descentralizada (ONGs, Universidades, Sindicatos, Municipios, etc.);</p> <p>os provedores; os/as destinatarios da nosa acción de cooperación ao desenvolvemento, codesarrollo e Sensibilización, Educación e Formación para o Desenvolvemento (os/as beneficiarios/as dos nosos proxectos, tanto no Sur como en España);</p> <p>os/as membros dos órganos de goberno da organización e os/as empregados/as da organización.</p>	
<p>3) Captación de Fondos: Aumentar os socios privados, institucionais e as empresas colaboradoras para asegurar un mellor equilibrio das fontes de financiamento da organización, contribuíndo á autonomía e sustentabilidade da mesma.</p>	<p>1) Institucionalizar campañas de captación de socios dirixidas a técnicos/as, funcionarios/as das administración local e autonómica e aos municipios de España.</p>	<p>técnicos/as e funcionarios/as da administración autonómica e locais.</p>	<p>- En 2013 MUSOL conta con 500 socios/as que pagan regularmente a cota prevista. - En 2013 MUSOL conta con 50 ?municipios solidarios socios que pagan regularmente a cota prevista. 100 % dos socios de OSITALColegio de Secretarios, Interventores e</p>

			Tesoureiros da Administración Local, foron contactados cada ano para facerse socios de MUSOL.
--	--	--	---