



POLITICAL WATCH

PLAN ESTRATÉGICO CIECODE
2020 - 2021

NUESTROS PRINCIPIOS, VALORES Y CRITERIOS ÉTICOS

- En **CIECODE** consideramos que el derecho al desarrollo es la medida del respeto de todos los derechos humanos y, como tal, debe ser respetado, defendido y promovido.
 - En **CIECODE** sabemos que acabar con la pobreza y dar respuesta a los retos de la desigualdad y a la crisis del modelo de desarrollo depende de decisiones políticas y que estas respuestas implican a un conjunto de ámbitos sociales y políticos, de entre los cuales la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) es sólo uno de ellos y no necesariamente el más relevante.
 - En **CIECODE** consideramos que un mundo con menos pobreza, más igualitario y sostenible es beneficioso para el conjunto de la sociedad, aunque implicará el fin de determinadas prácticas y privilegios de las que hasta ahora sólo se han beneficiado unos pocos.
 - En **CIECODE** somos conscientes de que existen, han existido y existirán fuertes resistencias a los avances en materia de igualdad, sostenibilidad y justicia social y de que éstos no se lograrán sin cuestionar y cambiar las estructuras que los limitan.
 - En **CIECODE** consideramos que los países plasman a través de sus compromisos políticos en materia de derechos humanos y desarrollo las más nobles y ambiciosas aspiraciones de sus sociedades, aunque luego existe una gran “brecha de cumplimiento” que deja el desempeño real lejos de las metas establecidas. Por ello, somos intransigentes con los incumplimientos (públicos y privados) de los compromisos adquiridos y exigimos un alto grado de rendición de cuentas.
 - En **CIECODE** sabemos que los cambios estructurales necesarios no se lograrán sin una ciudadanía dispuesta a exigir comportamientos responsables y éticos a las autoridades públicas y a las empresas y a exigirles responsabilidades cuando no sea así. En **CIECODE** conocemos el potencial que la tecnología tiene para generar herramientas que empoderen a la ciudadanía para participar e influir en los procesos de toma de decisión en las cuestiones que les afectan y que permitan a las autoridades públicas avanzar en materia de buen gobierno y gobierno abierto.
 - En **CIECODE** queremos convertirnos en un think-and-do-tank de referencia internacional que cuente con el respeto y el reconocimiento de los colectivos a los que nos dirigimos como medio para que nuestras actuaciones, herramientas y contenidos sean conocidos y empleados por éstos y para que nuestra actividad genere un impacto significativo y duradero en los objetivos establecidos.
 - En **CIECODE** apostamos por la innovación tecnológica, pero también social y política, como actitud para abordar y lograr nuestros objetivos de cambio político y de transformación ciudadana.
-

NUESTRA MISIÓN

La misión de **CIECODE** es generar, tanto en el estado español como en el resto de países en los que trabajemos, unas condiciones favorables para el diseño, adopción e implementación de políticas públicas y prácticas privadas que promuevan una sociedad más justa, equitativa y sostenible.



Entendemos que dichas condiciones favorables requieren de los siguientes componentes básicos:

- una ciudadanía activa, consciente, informada y exigente.
- una clase política y un sector público responsables, informados y vigilados. un sector privado responsable, informado y vigilado.
- unos medios de comunicación sensibilizados e informados.

Promovemos dichas condiciones favorables apoyando a los anteriores componentes básicos a través de:

- el desarrollo de herramientas digitales y tecnologías cívicas que faciliten el acceso a la información,
- la vigilancia ciudadana y la rendición de cuentas; y la creación de contenidos y espacios (físicos y virtuales) que estimulen un debate público informado sobre cómo dar respuesta desde las políticas públicas y las prácticas privadas a los retos del desarrollo sostenible, la desigualdad y la calidad democrática.

NUESTRAS LÍNEAS DE TRABAJO

Para avanzar en la consecución de nuestra misión poniendo en práctica nuestros principios rectores y criterios éticos, el trabajo de **CIECODE** se sostiene en los siguientes tres pilares estratégicos:

- **Innovación:** desarrollamos tecnología e innovación social al servicio de la participación ciudadana.
- **Coherencia:** exigimos políticas que respondan a los retos globales del desarrollo en aplicación de los compromisos y mandatos asumidos.
- **Desarrollo:** aspiramos a un planeta más próspero, equitativo y sostenible y trabajamos para hacerlo realidad.

Estos pilares guían el trabajo diario de CIECODE y se reflejan en nuestros objetivos y actuaciones estratégicas. Estas actuaciones se enmarcan en tres líneas de trabajo principales:

- **Formación y sensibilización:** centradas en la realización de acciones de formación y desarrollo de capacidades a actores públicos y de la sociedad civil en temáticas relacionadas con el monitoreo cívico, la incidencia pública y la coherencia de políticas para el desarrollo.
- **Monitoreo y acceso a la información:** centradas en el desarrollo y la construcción de tecnologías innovadoras de seguimiento y control de la actividad política para ofrecer a la ciudadanía un acceso público y gratuito a esta información.
- **Investigación para el cambio social:** centradas en el análisis del impacto de las políticas públicas sobre el desarrollo sostenible y la proposición de soluciones innovadoras.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2020-2021

- **O.E.1:** Poner a disposición de la ciudadanía herramientas tecnológicas que les empoderen para participar e influir de manera informada en los procesos de toma de decisión pública sobre materias relevantes para el desarrollo sostenible [*Tecnologías cívicas*]
- **O.E.2:** Poner a disposición de las instituciones públicas herramientas tecnológicas que promuevan y faciliten su seguimiento y rendición de cuentas acerca de las políticas públicas relevantes para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible [*Herramientas de innovación política*]
- **O.E.3:** Llegar a la opinión pública española con el resultado de investigaciones y diagnósticos que, desde la perspectiva de la Coherencia de Políticas para el Desarrollo Sostenible, permitan a la ciudadanía vigilar y exigir el cumplimiento por parte de las autoridades públicas y entidades privadas de la legalidad vigente y los compromisos internacionales asumidos en materia de desarrollo sostenible [*Investigación y diagnóstico*]
- **O.E.4:** Lograr que entidades relevantes en el diseño e implementación de políticas públicas y prácticas privadas con impacto en desarrollo tengan la voluntad y la capacidad para incorporar el enfoque de Coherencia de Políticas para el Desarrollo en sus políticas y prácticas [*Capacitación y asesoría*]
- **O.E.5:** Lograr, gracias a los resultados de nuestras investigaciones y a través de la incidencia política directa, la mejora en el cumplimiento de los compromisos y obligaciones de instituciones públicas o entidades privadas [*Incidencia directa*]

ACTUACIONES Y ESTRATEGIAS

O.E. 1: TECNOLOGÍAS CÍVICAS

ACTUACIONES:

- Actuación 1.1: Finalizar la implementación de Parlamento 2030 en España ampliando las utilidades actuales para asegurar que están adaptadas a las necesidades de la ciudadanía.
- Actuación 1.2: Desarrollar el ecosistema TiPi (TiPi-Ciudadano o Parlamento 2030) en terceros países a través de proyectos dirigidos a fortalecer las capacidades de participación, vigilancia e incidencia de la sociedad civil o ciudadanía.
- Actuación 1.3: Ampliar la cobertura temática de TiPi-Ciudadano para incluir todas las temáticas que se consideren pertinentes e incorporar a este proyecto las innovaciones introducidas en el entorno de P2030.
- Actuación 1.4: En el marco del proyecto Open Manifesto Project desarrollar soluciones tecnológicas que faciliten el acceso y uso por parte de la ciudadanía a la información contenida en los programas electorales.
- Actuación 1.5: Incorporar a la tecnología TiPi técnicas de procesamiento de lenguaje natural y aprendizaje automático para aumentar su replicabilidad, fiabilidad y eficiencia.

ESTRATEGIAS:

- Estrategia 1.1: Llevar a cabo un seguimiento suficientemente detallado de los principales avances en materia de tecnología cívica a nivel internacional para ser capaces de incorporar aquellos avances que consideremos más oportunos para nuestros fines.
- Estrategia 1.2: Promover las interconexiones y sinergias entre las distintas herramientas y tecnologías desarrolladas (por ej: TiPi/P2030/Polétika con Open Manifesto Project).
- Estrategia 1.3: Asegurar fuentes de financiación (internas o externas) estables y de medio o largo plazo para invertir en la innovación en tecnologías cívicas sin necesidad de que éstas estén vinculadas con un proyecto o un retorno concreto en el corto plazo.
- Estrategia 1.4: Ampliar los recursos humanos en el equipo (internos o externalizados) para fortalecer las capacidades de innovación tecnológica.
- Estrategia 1.5: Incrementar la visualización y posicionamiento de nuestro trabajo y las herramientas desarrolladas.

O.E. 2: HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN POLÍTICA

ACTUACIONES:

- Actuación 2.1: Finalizar la implementación de Parlamento 2030 al Congreso de los Diputados español y llevar a cabo una campaña de difusión y formación a las instituciones públicas relevantes para promover su uso como herramienta que facilite la rendición de cuentas públicas.
- Actuación 2.2: Colaborar con la DGPolDe del MAEC para desarrollar un gestor del conocimiento interno que les permita un mejorar su conocimiento sobre la huella de las políticas públicas españolas en países en desarrollo, poder mejorar la evaluación de políticas públicas y la rendición de cuentas.
- Actuación 2.3: Implementar el entorno TiPi (TiPi-Ciudadano o Parlamento 2030) en terceros países a través de proyectos dirigidos a promover esfuerzos de las administraciones públicas en materia de transparencia y gobierno abierto.
- Actuación 2.4: En el marco del proyecto Open Manifesto Project, lograr la adhesión al estándar de un porcentaje significativo de partidos políticos en España (o en terceros países) de modo que sea factible su implementación en el siguiente ciclo electoral.
- Actuación 2.5: Desarrollar herramientas digitales que sirvan a los esfuerzos de innovación política por parte de organismos públicos para facilitar y promover la transparencia, el gobierno abierto y la rendición de cuentas.

ESTRATEGIAS

- Estrategia 2.1: Llevar a cabo un seguimiento suficientemente detallado de los principales avances en materia de innovación política a nivel internacional para ser capaces de incorporar nuestra perspectiva de innovación tecnológica a aquellos avances que consideremos más oportunos para nuestros fines.
- Estrategia 2.2: Asegurar fuentes de financiación (internas o externas) estables y de medio o largo plazo para invertir en el desarrollo de herramientas tecnológicas de innovación política sin necesidad de que éstas estén vinculadas con un proyecto o un retorno concreto en el corto plazo.
- Estrategia 2.3: Lograr tener presencia en los foros internacionales relevantes en la intersección entre las materias de innovación política y Agenda 2030, con un énfasis especial en el escenario iberoamericano, pero sin abandonar el entorno de Naciones Unidas, la UE y la OCDE.
- Estrategia 2.4: Establecer, mantener o promover (según sea el caso) relaciones institucionales estratégicas con los organismos nacionales e internacionales relevantes en materia de innovación política y gobierno abierto.
- Estrategia 2.5: Incrementar la visualización de nuestras herramientas de monitoreo cívico y el posicionamiento de éstas a través de acciones de comunicación desarrolladas de manera específica

O.E. 3: INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO

ACTUACIONES:

- Actuación 3.1: Mantener actualizada la base de datos sobre “El desarrollo sostenible en los Tratados Bilaterales de Inversión”.
- Actuación 3.2: Relanzar para la XIII Legislatura un proyecto inspirado en QPC/Proyecto Avizor centrado en aquellos temas en los que, siendo relevantes para el desarrollo sostenible y la lucha contra la pobreza, creamos que (solos o en coalición con otras entidades) tenemos capacidad de tener repercusión pública y mediática.
- Actuación 3.3: Mantener activa la línea de investigación sobre “Empresa y DD.HH” de la mano de organizaciones o movimientos con capacidad de incidencia directa en las realidades analizadas. Actuación 3.4: Continuar impulsando, en el marco de Polétika (o/y otras plataformas multiactor relevantes), el análisis de la actividad política española en clave de igualdad, desarrollo sostenible y calidad democrática.

ESTRATEGIAS:

- Estrategia 3.1: Establecer o afianzar relación de confianza con medios de comunicación y periodistas considerados relevantes y estratégicos para nuestras líneas de trabajo (incluida la posible colaboración con la Academia de la Televisión para la creación de un formato televisivo que incorpore la perspectiva “Political Watch” al debate público actual).
- Estrategia 3.2: Mejorar nuestra capacidad (interna o vía colaboraciones externas) de comunicar nuestros mensajes y resultados de forma sencilla, atractiva e impactante.
- Estrategia 3.3: Explotar nuestro valor diferencial derivado del enfoque de CPD/CPDS en el análisis y diagnóstico de políticas públicas.
- Estrategia 3.4: Participar en redes, foros y publicaciones académicas en los ámbitos prioritarios de esta planificación en la medida en que nos permita difundir nuestras líneas de trabajo, establecer relaciones estratégicas o nos incentive la realización de análisis y reflexiones profundos y pausados.
- Estrategia 3.5 Profundizar en el conocimiento de estrategias de engagement y de conversión fundamentalmente online que permitan llegar a nuevos públicos y permear hacia otros más reticentes.

O.E. 4: CAPACITACIÓN Y ASESORÍA

ACTUACIONES:

- Actuación 4.1: A demanda de organismos públicos, llevar a cabo actividades de formación, capacitación y sensibilización a funcionarios y autoridades públicas sobre la implementación del enfoque CPD en el diseño, evaluación y ejecución de políticas públicas.
- Actuación 4.2: A demanda de organismos públicos, llevar a cabo actividades de asesoría y acompañamiento en procesos de planificación estratégica para la incorporación del enfoque de CPD.
- Actuación 4.3: A demanda de organismos públicos, involucrarnos en procesos de innovación política con el objetivo de fomentar la transparencia, el gobierno abierto y la rendición de cuentas.
- Actuación 4.4: A demanda de plataformas ciudadanas o de la sociedad civil, llevar a cabo actividades de formación, capacitación o asesoría sobre CPD y vigilancia ciudadana.

ESTRATEGIAS:

- Estrategia 4.1: Mantener las relaciones estratégicas existentes con las Universidades de Comillas y de Huelva, a través de proyectos que sean compatibles y coherentes con las prioridades establecidas en esta planificación (sin excluir la posibilidad de establecer relaciones con otras Universidades).
- Estrategia 4.2: Mantener la relación estratégica con FUNCAS a través de la promoción de espacios privilegiados de reflexión y debate sobre temáticas que sean compatibles y coherentes con las prioridades establecidas en esta planificación.
- Estrategia 4.3: Explorar nuevas relaciones estratégicas similares a la existente con FUNCAS por su alto retorno en términos de relaciones institucionales, presencia pública y rentabilidad económica.

O.E. 5: INCIDENCIA DIRECTA

ACTUACIONES:

- Actuación 5.1: Posicionar a CIECODE/Political Watch como think tank de referencia en temas de transparencia, rendición de cuentas, monitoreo cívico y coherencia de políticas.
- Actuación 5.2: Participar en proyectos de investigación en materia de Empresa y DD.HH de la mano de organizaciones o plataformas relevantes y con demostrada capacidad de incidencia directa sobre los procesos o actores analizados.
- Actuación 5.3: En el marco de Polétika, promover e involucrarnos directamente en la incidencia a los representantes políticos (Gobierno y partidos políticos) en base a los análisis y diagnósticos realizados.Actuación
- Actuación 5.4: En el marco de la iniciativa “¿Qué pasó con eso que aprobó el Congreso?” involucrarnos en la incidencia política directa tanto sobre las temáticas analizadas como en la mejora del funcionamiento de los procesos de transparencia, acceso a información y rendición de cuentas públicas.

ESTRATEGIAS:

- Estrategia 5.1: Establecer, mantener o fortalecer (según sea el caso) relaciones con representantes públicos y políticos relevantes de modo que sean más fáciles, eficientes y eficaces las acciones de incidencia política directa que se planteen.
- Estrategia 5.2: Promover los principios de transparencia y rendición de cuentas en nuestros canales de comunicación
- Estrategia 5.3: Generación de cambios políticos a través de nuestras campañas de incidencia pública

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1. CONSIDERACIONES PREVIAS

La comunicación es considerada un elemento esencial para la consecución de la mayoría de los objetivos estratégicos de CIECODE para los próximos años. Así, es esencial para afianzar la credibilidad institucional y presencia pública que nos permita estar y permanecer en los espacios de influencia pública y política en los que pretendemos tener presencia; también lo es para alcanzar los niveles de uso y difusión de conocimiento sobre nuestras herramientas ‘civic-tech’; y, finalmente, para lograr generar el impacto buscado en opiniones, valores y creencias con nuestros análisis e investigaciones.

A día de hoy concluimos que el desempeño de CIECODE en términos comunicativos es insuficiente. Al respecto, merece la pena destacar las siguientes cuestiones:

- Se cuenta con una imagen institucional afianzada entre perfiles y organizaciones muy especializadas en temas relacionados con el desarrollo, la coherencia de políticas para el desarrollo y el monitoreo parlamentario, pero CIECODE sigue sin ser ampliamente conocido por un público menos cercano al trabajo que realizamos. Actualmente la “imagen de marca” de CIECODE está en proceso de reforma y consolidación. Nos encontramos en un momento clave a nivel comunicativo puesto que, tras un periodo de reflexión interna y una fase de consulta previa a colaboradores y clientes, estamos inmersos en un cambio de nombre de CIECODE a Political Watch. El cambio de nombre es un de los puntos clave en la estrategia de comunicación 2020/2021.

- Respecto a la inversión institucional en comunicación, no ha habido hasta la fecha un estrategia de comunicación institucional ni un presupuesto asignado específicamente a ello, más allá de planes y partidas presupuestarias destinadas a ello en algunos de los proyectos que se han venido desarrollando (TiPi Ciudadano, Polétika, u Open Manifesto Project). Consideramos que el hecho de haber tenido una estrategia de comunicación permanente y transversal a todas las actividades y proyectos ha reducido los impactos de los esfuerzos puntuales y dificultado la creación y consolidación de una imagen de marca clara y coherente.
- En relación a los recursos humanos, no ha habido hasta el momento una persona de la organización que se dedique exclusivamente a desarrollar e implementar la estrategia de comunicación. En momentos puntuales de la historia de CIECODE sí que han habido perfiles expertos en comunicación, pero sin las condiciones ni el mandato específico de desarrollar e implementar este trabajo.

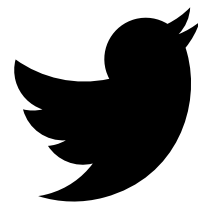
La experiencia empírica nos indica que en CIECODE contamos tanto con contenido adecuado como con habilidades aptas para una comunicación más amplia y de mayor impacto que la obtenida hasta el momento. Es por ello que confiamos que en este periodo 2020-2021, con una adecuada estrategia y con la capacidad de invertir mayores recursos en su implementación, el desempeño comunicativo de CIECODE-Political Watch vaya a sufrir una muy sensible mejoría.

2. ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

TWITTER

Dentro de CIECODE, hay dos cuentas de Twitter institucionales propias con objetivos y tono comunicativo claramente diferenciado:

- @CIECODE: Cuenta corporativa, Destinada a la difusión de contenido. Posee un tono más incisivo. Campañas de incidencia pública
- @Tipi_Ciudadano: Cuenta de los proyectos Tipi Ciudadano y Parlamento 2030. Destinada a la difusión del resultados de seguimiento parlamentario. Tono objetivo y neutral.
- La cuenta del director del CIECODE (@Javipe_CIECODE) también es una herramienta de comunicación al servicio de la institución, con objetivo de: Difusión de contenido institucional. Ofrecer una imagen personal reconocible y más cercana que las cuentas institucionales. Tono principalmente incisivo. Fortalecer la imagen de credibilidad, objetividad y activismo social de CIECODE.
- Además, dos de los proyectos que (co)-lideramos tienen cuentas propias de Twitter: @Poletika_ORG y @Open_Manifesto sobre las que tenemos o hemos tenido responsabilidades de gestión y/o generación de contenido propio.



FACEBOOK

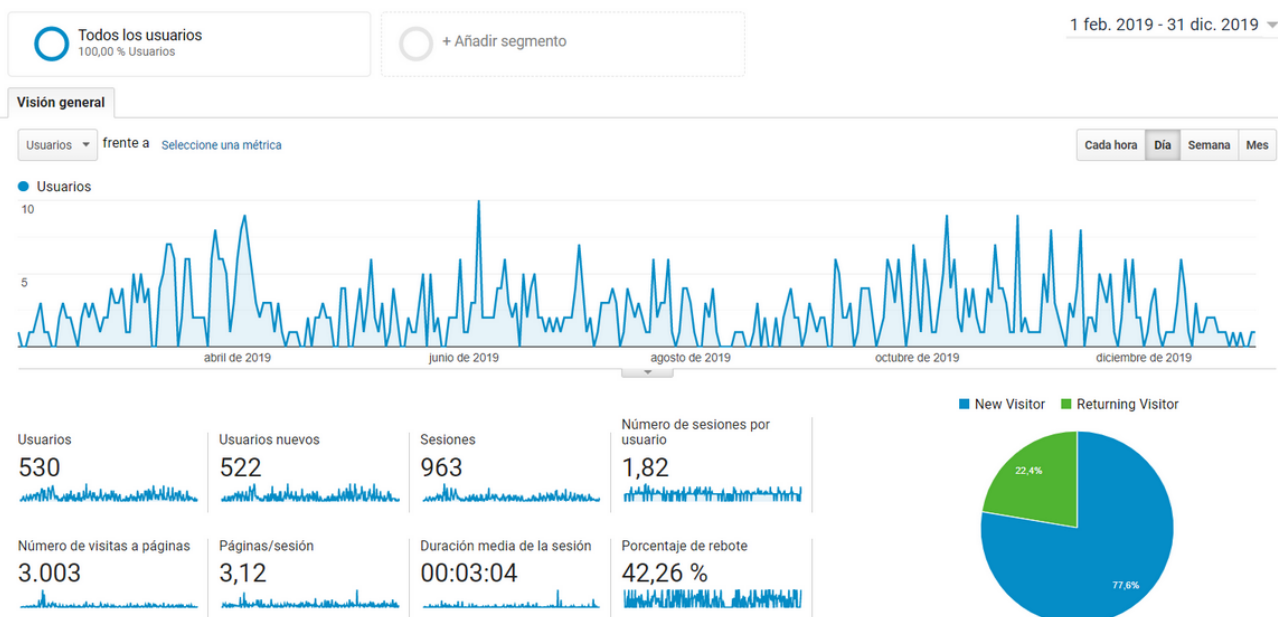
- Cuenta propia de CIECODE (@CIECODEMadrid) con los objetivos de: Difusión del contenido corporativo y de los proyectos. Tono neutral.
- Además, @Poletika_ORG tiene perfil propio en Facebook, sobre la que tenemos o hemos tenido responsabilidades de gestión y/o generación de contenido propio.



3. ANÁLISIS DE PÁGINA WEB

Respecto a los dominios web, actualmente tenemos activas 3 páginas web: CIECODE (al que también se accede a través del dominio Political Watch), Tipi Ciudadano y Parlamento 2030.

Análisis de posicionamiento de la web:



Auditoría de la web:

- Tráfico mensual bajo
- Análisis SEO: Lista de palabras extraídas de la misión de CIECODE. La auditoría nos sirve para utilizar las palabras adecuadas en la web

KEYWORD	VOLUMEN DE BÚSQUEDAS
Rendición de cuentas	3600
Innovación política	10
Transparencia	8100
Gobierno Abierto	1000
Vigilancia Ciudadana	10
Accountability	1600
Coherencia de políticas	0
Desarrollo Sostenible	9900
Tecnologías Cívicas	0
Ciudadanía Activa	50

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN E INDICADORES PARA EL PERIODO 2020-2021

OBJETIVOS CIECODE:

1. Aumentar visibilidad y posicionamiento

INDICADOR	MARCO TEMPORAL	ACCIONES	DOCUMENTOS NECESARIOS	CANALES/ HERRAMIENTAS
1.1. Aumentar un 15% el número de visitas a la web para finales del año 2020.	Medio/Largo plazo	Campaña SEO Fortalecer la comunidad digital. Aumentar presencia en medios.	H1, H2, Keywords	FB, TW, LinkedIn ¿Instagram?
1.2. Tener al menos 100 suscriptores a la newsletter de CIECODE.	Corto/Medio plazo	Mailing Creación de newsletter Difusión newsletter mensual	Plan de medios	Mailchimp
1.3. Establecer al menos 6 nuevas alianzas con OSCs y activistas hasta finales de 2021.	Medio/Largo plazo	Identificación de OSCs y activistas relevantes. Preparar dossier CIECODE		
1.4. Organización de 2 actos públicos anuales con la participación de al menos 30 personas.	Corto/Medio plazo			

2. Posicionamiento de CIECODE/ Political Watch como think tank de referencia en monitoreo político y coherencia de políticas.

INDICADOR	MARCO TEMPORAL	ACCIONES	DOCUMENTOS NECESARIOS	CANALES/ HERRAMIENTAS
2.1. Publicar al menos 4 artículos de análisis en estas temáticas en medios escritos de ámbito nacional.	Medio/Largo plazo	Aumento de relación con medios de comunicación especializados	Plan de medios	Medios: eldiario.es El País y blogs de estos medios
2.2 Generación de al menos 5 alianzas nuevas con organizaciones que trabajan en temáticas similares(al menos 3 internacionales)	Medio plazo	Preparar/ Actualizar dossier CIECODE		

3. Promoción de los principios de acceso a la información y rendición de cuentas, en especial en relación a las políticas públicas.

3.1 Al menos 8 publicaciones en medios o blogs sobre estos principios(al menos uno en un medio de comunicación).	Corto/Medio plazo		Plan de medios Cronograma de publicaciones blog	Medios: eldiario.es El País y blogs de estos medios Medium
3.2 A finales de 2021 se ha aumentado un 25% el número de seguidores de las proyectos de seguimiento parlamentario: TiPi Ciudadano y Parlamento 2030.	Largo plazo/ Continuo		Publicaciones semanales en TW sobre seguimiento parlamentario en base a TiPi Ciudadano y Parlamento 2030	FB, TW

4. Conseguir cambios políticos a través de las campañas de incidencia pública.

INDICADOR	MARCO TEMPORAL	ACCIONES	DOCUMENTOS NECESARIOS	CANALES/ HERRAMIENTAS
4.1. Se interactúa con el menos 4 partidos políticos.	Medio/Largo plazo		Mapa de poder	
4.2. Al menos, dos partidos políticos se comprometen públicamente con el objetivo de cambio político.	Medio/Largo plazo		Estrategia acción digital	
4.3. Al menos 5 OSCs o plataformas apoyan en RRSS nuestro objetivo de cambio.	Medio/Largo plazo		Social media package	FB, TW¿Instagram?

5. Garantizar una transición de cambio de marca.

5.1. Al menos el 80% de la comunidad actual de los perfiles de CIECODE	Medio plazo		Estrategia cambio de marca.	Vídeo Evento público Campaña TW, FBPublicidad
5.2. Se aumenta un 10% de los perfiles relevantes que nos siguen (periodistas relevantes, influencers).	Medio/Largo plazo		Prepara dossier Political Watch Plan de relación	

OBJETIVOS TIPI CIUDADANO/PARLAMENTO 2030:

1..Ganar visibilidad, posicionamiento y credibilidad

INDICADOR	MARCO TEMPORAL	ACCIONES	DOCUMENTOS NECESARIOS	CANALES/ HERRAMIENTAS
1.1. Aumento del 20% de las visita a la web de TiPi Ciudadano.	Medio plazo		Estrategia digital de difusión Mailing	FMailchimp FB, TW
1.2 Aumento del 25% de visitas a la web de P2030 a finales de año 2020.	Medio/Largo plazo		Estrategia de lanzamiento P230	Evento. Vídeo promocional
1.3 Al menos 5 medios utilizan alguna de las dos herramientas o se refieren a ella en momentos puntuales.	Medio/Largo plazo		Dossier P2030 y Tipi Ciudadano Mailing	TW, FB Medios
1.4 Al menos 6 influencers políticos utilizan y promueven esta herramienta vía redes.	Medio/Largo plazo		Dossier P2030 y Tipi Ciudadano Mailing	

PÚBLICOS Y AUDIENCIAS IDENTIFICADAS

Público A

Público sensibilizado con las misión de CIECODE. Conoce bien CIECODE y que ha utilizado algunas de las herramientas. En este público estarían las personas que ya están en nuestra base de datos.

Público B

Público que no conoce CIECODE pero está interesado en las tecnologías cívicas, la innovación tecnológica, la transparencia y el desarrollo sostenible.

Público C

Público no afecto a nuestras causas y no seguidor de ONGs pero interesado en la rendición de cuentas de la clase política y en la transparencia.

Otros públicos

Organizaciones relacionadas con el seguimiento parlamentario y la rendición de cuentas.

Organizaciones menos cercanas a las temáticas con las que trabajamos.

ESTRATEGIAS Y ACCIONES

En este caso, las diferentes actividades de la estrategia se retroalimentan unas a otras de manera coordinada. Podemos distinguir dos tipos de estrategias (proactiva y reactiva).

ESTRATEGIA PROACTIVA:

1. Aumentar visibilidad y posicionamiento de CIECODE

1.1 Aumento del número de visita a la web a través de la mejora del posicionamiento de nuestra web.

- Conceptualización de contenidos “SEO-friendly”: keywords (palabras clave de la web) bien identificadas. Emplear Google Trends o ubersuggest.
- Keywords relacionadas con nuestro audiencia seleccionada
- Creación de contenido de calidad

1.2. Aumento de comunidad seguidora y conocedora de CIECODE.

- Público A: Lanzamiento de newsletter bimensual que recoja información sobre seguimiento parlamentario, pieza de análisis de actualidad e información sobre novedades de nuestros proyectos
- Públicos B y C: Desarrollo de campañas de RRSS que nos permitan llegar nuevos públicos más alejados de (fundamentalmente B pero también C). Para ello se desarrollará al menos una campaña comunicativa aprovechando el rebranding de CIECODE.

1.3. Aumento de la cobertura de CIECODE en medios de comunicación:

- Identificación de medios de comunicación, periodistas y activistas cercanos a nuestras causas y proyectos ya sea por la parte de innovación tecnológica de nuestras herramientas o por la causas por la que trabajamos (pobreza, desigualdades, calidad democrática o coherencia de políticas).
- Plan de medios para establecer una estrategia de relación que:
 - Nos posicione como fuente de información relevante e interesante a la hora de que difundan nuestros contenidos.
 - Nos posicione como una fuente de información a la que acudir.

1.4. Aumento de relación con otras OSCs.

- A través de un plan de relación con entidades de diferentes temáticas.
- Invitación a acciones de presión conjuntas con causas compartidas.
- Participación en foros y reuniones que nos den a conocer a otras entidades u organizaciones.

2. Posicionamiento de CIECODE/ Political Watch como think tank de referencia en monitoreo político y coherencia de políticas

Nuestro objetivo es generar valor y contenido de actualidad para posicionarnos comunicativamente.

La relevancia es distinta para cada segmento y para cada individuo y es necesario decidir sobre qué segmento hemos de ser relevantes o valiosos, y centrar en ése nuestra nuestra estrategia de comunicación específica para la acción o actividad.

2.1. Emitiendo información útil, interesante, atractiva para nuestros receptores de la información (medición constante de cuáles son los contenidos que más interesan).

2.2 Implementando una estrategia de difusión de mensajes en diferentes blogs:

- Identificar/Segmentar/Mapear blogs
- Ofrecer contenido novedoso/innovador
- Admitir cualquier tipo de valoración o enfoque: positiva/negativa/neutra
- Difundir en los canales propios del proyecto la interacción del blog.

2.3 Apostando por aproximaciones en los contenidos que generamos apoyados en los hitos comunicativos de relevancia en función del momento. Gracias al análisis/evaluación es posible saber de qué se habla, cuáles son los temas de actualidad, cuales son los temas más comentados. Al hilo de esa actualidad, siempre habrá algún tema relacionado con seguimiento político, temas de TiPi o relacionadas con los ODS al que nos podamos unir comunicativamente.

2.4. Relación con medios de comunicación especializados (ver objetivo 1)

3. Promoción de los principios de acceso a la información y rendición de cuentas, en especial en relación a las políticas públicas

3.1 Plan de medios de comunicación especializado en el seguimiento parlamentario y acceso a información.

3.2 Redacción de piezas de análisis sobre estas temáticas.

3.3 Difusión periódica de los contenidos que arrojan la herramientas de Parlamento 2030 y Tipi Ciudadano.

CANALES

En el caso de los canales de comunicación, se hará una segmentación en función de los públicos a los que queremos llegar pero también del objetivo.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

En este caso, se hace también una segmentación en función de las temáticas:

- Medios más enfocados en nuevas tecnologías.
- Medios más generalistas que aborden los temas desde una perspectiva de análisis.

Listado de medios y personas relevantes para la difusión: <https://bit.ly/2YgvlyL>

REDES SOCIALES:

Twitter

- Difusión de las acciones de CIECODE.
- Búsqueda de participación de la comunidad: espacios destinados a valoración, generación, crítica
- Difundir los momentos clave definidos en las campañas o acciones concretas que se lleven a cabo.
- #hashtag o etiquetas para los preparativos de las acciones destacables del proyecto
- Twitter, al ser una fuente de información instantánea nos permite una mayor actualización y emisión de mensajes (máximo 5 al día)

Facebook

- Mantener un ritmo constante de publicaciones referidas a los ejes básicos de información de CIECODE.
- Humanizar la información, distinguiéndose, dando a conocer detalles del funcionamiento del proyecto y de los pasos realizados. Fomentar una imagen de cercanía.
- Utilizar lenguaje audiovisual. Empleando imágenes en Facebook se aumenta la posibilidad de interacción/viralidad. Ritmo de publicación constante. Recomendable 1, máximo 2 publicaciones diarias (cuando estemos trabajando en alguna campaña concreta).

Blog - Medium

- Aumentar el número de publicaciones propias en relación a temáticas en las que trabajamos.
- Dar más difusión a los post que elaboramos a través de nuestras redes.
- Mejorar nuestra presencia en Medium como red social y aumentar el número de lectores mensuales.
- Recomendado 1 o 2 posts mensuales.

PRESUPUESTO

Aunque todos los años ha habido gastos asociados a la comunicación, por primera vez en el periodo 2020-2021 existirá un presupuesto específico asociado a este ámbito. Al realizarse por primera vez, este presupuesto es una estimación, que muy probablemente habrá que actualizar a lo largo del periodo. El presupuesto estimado es de 6.200 euros, dividido en las siguientes partidas:

- Cambio de imagen corporativa y asesoría en la construcción de un relato y narrativa institucional.
- Contenido promocionado en redes sociales.
- Subcontrataciones para construcción de material de apoyo a las acciones de comunicación.
- Formación.
- Viajes y otros gastos asociados.

EVALUACIÓN

Se evaluarán el desarrollo de los objetivos bianualmente para conocer el funcionamiento y el impacto de las estrategias implementadas.

- Impactos en medios de comunicación (clipping)
- MEAL digital
- Google analytics
- Facebook analytics
- Twitter analytics
- Audiense
- Crazyegg