

ACCIONES DE COMUNICACIÓN REALIZADAS DESDE LA PUESTA EN MARCHA DE LA REFORMULACION DEL PLAN DE COMUNICACION

Durante el año 2024 se trabajó en reformular el último Plan de Comunicación elaborado en 2018. En la reflexión realizada se constataba que era necesario incidir en hacer un mayor esfuerzo en el acercamiento al entorno corporativo, en la mayor y mejor utilización de las redes sociales, especialmente para acercarnos al mundo joven, en una mayor presencia en los medios de comunicación tradicionales y trabajar más en realizar jornadas, debates...

Era clara la falta de visibilidad de ALE, lo que nos demostraba que no habíamos sido capaces de convertirnos en sujeto emisor informativo capaz de atraer con sus decisiones y actuaciones el interés de nuestras personas socias, de los medios informativos y de la sociedad en general. Nos faltaba una actitud más proactiva a la hora de generar hechos informativos susceptibles de ser conocidos por la opinión pública en general.

Arizmendiarieta y ALE son unos desconocidos para la ciudadanía en general, por ello es necesario que ALE proyecte hacia el exterior que es una organización autónoma e independiente y que en base a su misión debe provocar el debate y la reflexión para dar a conocer los valores del movimiento cooperativo y su aplicación a favor del conjunto de la sociedad vasca. Debemos ofrecer una imagen de fresca para proyectar que esos valores que hace más de 75 años sirvieron para crear lo que hoy es la Experiencia Cooperativa de Mondragón sigan siendo hoy más vigentes que nunca, dada la coyuntura mundial en la que nos encontramos.

Teniendo en cuenta ello, el propósito de esta nueva reformulación debe seguir siendo dar a conocer la Misión de la Asociación que es impulsar y apoyar el enriquecimiento de la Experiencia iniciada por Arizmendiarieta, su ideario social y sus aportaciones prácticas y divulgar las actividades que desarrolla y sus proyectos en marcha, manteniendo que el público objetivo son nuestras personas socias y el entorno cooperativo y también la sociedad en general.

La Junta Directiva de ALE aprobó en junio de 2024 la reformulación del plan de comunicación y puso en marcha un Equipo de Comunicación que es quien debe fijar los mensajes y las actuaciones desarrolladas por ALE que tengan interés para su proyección pública, dentro de unas pautas donde prime el interés general de los contenidos y presentar aquellos asuntos que puedan ser dados a conocer a la opinión pública, desde el criterio de que su difusión es de interés social y colectivo. Los mensajes deben ser nítidos, claros y concisos y deben estar siempre vinculados al ideario y filosofía de ALE con el fin de no confundir al público objetivo.

Si ALE quiere aumentar su presencia social cara a su público objetivo deberá convertirse de manera determinante en un sujeto emisor de mensajes informativos, tanto desde su papel como protagonista y agente social, como por su contribución junto con otras organizaciones e instituciones a la generación de hechos cuyo conocimiento sea considerado de interés general. En este sentido, la actividad interna de ALE tiene a lo largo del año hitos que partiendo desde la perspectiva de desarrollar una política de comunicación, pueden tener reflejo en los medios de comunicación, a nada que se intente atraer el interés de los profesionales de la comunicación y de otros agentes hacía esos hechos.

Desde la aprobación de la Reformulación se han venido realizando una serie de acciones que persiguen dar una mayor proyección a la actividad de ALE y convertirla en un referente en la reflexión y desarrollo de las ideas cooperativas. Estas han sido:

En nuestra web

Hoy en día se está trabajando en la renovación de nuestra Web y va a ser necesario llevar a cabo una estrategia de Posicionamiento Web (SEO) centrada en el conocimiento de las actividades y proyectos de nuestra Asociación y en la publicación de contenidos relevantes y de calidad. Por ello en lo que se refiere a proyectos, en octubre de 2024 mostramos la situación del proyecto Ausartzen, en febrero de 2025 la de ALE Educación Cooperativa y en mayo 2025 el trabajo realizado en el proyecto de Captación y Fidelización de personas socias. También hemos dado a conocer los hechos relevantes producidos. Así en octubre y noviembre de 2024 y en marzo y abril de 2025 fuimos publicitando las diferentes fases de la tercera edición de Mondragón City Challenge. En noviembre de 2024 y febrero 2025 dimos cuenta de la ponencia del Arizmendiarietaren Eguna y en mayo de 2025, la convocatoria a la Asamblea General de ALE y la ponencia al final de ésta de Leire Mugerza. Y en cuanto a otras publicaciones estos han sido las que han aparecido en nuestra Web: el 8 de marzo “Mujeres comprometidas” de Lourdes Idoiaga; el 22 de abril “Contra la desigualdad y la fragmentación Social” de Jose Mari Larramendi; el 26 de abril “El Papa Francisco versus Arizmendiarieta” de Pako Etxebeste y el 27 de abril “Reflexiones suscitadas en la muerte del Papa Francisco” de Jose Ignacio Garate

En medios tradicionales convencionales

Las entrevistas son un género que ayuda, en general, a proyectar una buena imagen. Por ello en Goiena telebista el 26 de noviembre de 2024 con motivo del Arizmendiarietaren Eguna le hicieron una entrevista a Lourdes Idoiaga y el 15 de

mayo de 2025 debido a la Asamblea General de ALE y a la ponencia al final de ésta le entrevistaron a Lourdes Idoiaga y Leire Mugerza.

Las notas de prensa son otra forma de estar presentes en los medios de comunicación. Se utilizan para dar a conocer hechos o decisiones que se consideren importantes para su proyección social. Por tanto en el Arizmendiarietaren Eguna 2024 y en la Asamblea General de ALE 2025 elaboramos en días anteriores a las mismas una nota de prensa cara los medios de comunicación locales publicitando el evento y fue el 16 de mayo de 2025 al día siguiente cuando se puso en valor lo desarrollado en la Asamblea con una nota de prensa mas amplia dirigida no solo a los medios locales sino también a los territoriales.

En redes sociales

Las redes sociales han abierto nuevas posibilidades para ampliar y facilitar la comunicación y ALE necesitaba dar un cambio en sus redes para conectar más con la gente. La nueva estrategia desarrollada nos ha llevado a tener desde noviembre 2024 a mayo de 2025 ,59.005 visualizaciones en las redes mediante videos cortos. TIK TOK es la red más visitada siguiéndole Instagram y Linkedin.

En la organización de eventos y actividades

Los eventos más significativos realizados desde la puesta en marcha de la Reformulación del Plan han sido el Arizmendiarieta Eguna de noviembre de 2024 con la presencia de Ignacio Pérez de Alegría y la Asamblea General de ALE de 2025 en la que contamos al final de ésta con una ponencia de Leire Mugerza. Son eventos recurrentes pero que constituyen una buena plataforma para el impulso de la misión de ALE y el conocimiento del desarrollo de sus actividades y proyectos. También podemos destacar los encuentros con LANKI y la Jornada de Reflexión de ALE realizados en noviembre de 2024.

La reformulación del Plan de Comunicación también planteaba la necesidad de estar presentes en eventos destacados relacionados con el cooperativismo y empresas y así ha sido. Hemos participado en actos organizados por la Diputación Foral de Gipuzkoa, del Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi y de Konfekoop.

Hasta aquí las acciones realizadas en estos últimos meses y para lo que queda de año es nuestra pretensión elaborar artículos de opinión para su publicación en medios tradicionales convencionales, pensar en una posible convocatoria de una rueda de prensa para comunicar algún tema relevante, crear un boletín para hacer llegar las actividades propias de la Asociación y todas las novedades en relación a ALE, decidir sobre si será bueno instaurar un premio y/o reconocimiento a aquellas personas que se han destacado por la defensa y el desarrollo de los valores cooperativos, realizar algunos videos que nos muestren casos empresariales actuales donde se destaque la importancia de los valores de Arizmendiarieta y finalmente ver la posibilidad de hacer jornadas o mesas redondas de manera presencial o telemática con algunas de nuestras personas socias.

Todo ello con el objetivo de aumentar la audiencia de los contenidos de ALE y su MISION y sus ACTIVIDADES entre el público objetivo definido, fidelizar usuarios y aumentar contactos vinculados a los diferentes canales, establecer cauces de interacción con nuestros destinatarios y recibir feedback y visibilizar la actividad completa de la Asociación ofreciendo un concepto amplio de todo lo que hacemos para humanizar la entidad y ser más transparentes.

EQUIPO DE COMUNICACIÓN DE ALE