



Plan de comunicación de empresas saudables en 10 pasos



Índice

Introdución.....	3
Paso 1. Analiza a túa contorna.....	4
Paso 2. Analiza a túa empresa.....	5
Paso 3. Marca os obxectivos	10
Paso 4. Define o teu público obxectivo	12
Paso 5. Plantexa a estratexia.....	13
Paso 6. Define a mensaxe.....	14
Paso 7. Establece as accións	15
Paso 8. Orzamento.....	20
Paso 9. Calendarización.....	21
Paso 10. Control.....	22
Contacta.....	23
Fontes consultadas.....	24

Introdución

En plena Sociedade da Información é imprescindible que unha empresa teña unha política de comunicación ben estruturada, porque dela depende a súa imaxe pública, e esta cobra vital importancia cando se apostá pola promoción da saúde como unha ferramenta de cambio. Estas organizacións precisan que todas as súas actividades (promoción da actividade física, a alimentación saudable, mente sana e a prevención de adicións) consigan a máxima divulgación posible para influir na sociedade, aportar o seu gran de area e poder mellorala.

Porén, moitas empresas improvisan estas actuacións sen seguir un plan común estratégico e, por tanto, non logran explotar todo o seu potencial comunicativo.

Este modelo, en 10 pasos, intentará resolver esa necesidade como unha guía sinxela e eficaz para todo profesional que queira incurrir neste campo.

Paso 1. Analiza a túa contorna

- Como está considerado o coidado da saúde na nosa sociedade?
- Como está promocionado polas institucións públicas ou outros organismos?
- Que accións estanse a facer ao respecto?



Tes que coñecer a realidade á que te vas a confrontar. Analíza tanto a nivel local, autonómico, nacional ou internacional, dependendo do ámbito no que opere a túa empresa. Necesitas entender como é o mundo e o medio no que vives para saber como contar as cousas.

Aproveita esa información para orientar o teu plan, saber cales son as necesidades actuais no campo da saúde nas que a túa empresa pode aportar algo novo, facer sinerxias con outros colaboradores ou aprender de iniciativas que se levaron a cabo, pero que non funcionaron.

Paso 2. Analiza a túa empresa

- Que importancia se lle da ao coidado da saúde na túa empresa?
- Que accións estanse a facer?
- Que resultados deron ata agora? Están a funcionar realmente?
- Cales son as canles de comunicación actuais? Páxina web, redes sociais, mailing, reunións...
- Habería que incluir algunha nova?

Fai unha evaluación que che permita ter unha visión global, reforzar as iniciativas que funcionaron, propor outras novas e corrixir erros.



Más de 60 deportistas paralímpicos reconocidos por los empleados de la Calidad Pascual tras los Juegos de Río

- Teresa Perales, nuestra atleta más laureada con 26 medallas olímpicas agradeció el compromiso de la familia y la empresa Calidad Pascual hacia los atletas paralímpicos
- Calidad Pascual demuestra una vez más su compromiso con la integración e inserción laboral de personas con discapacidad, que ya supera el 2,5% del personal de la plantilla.

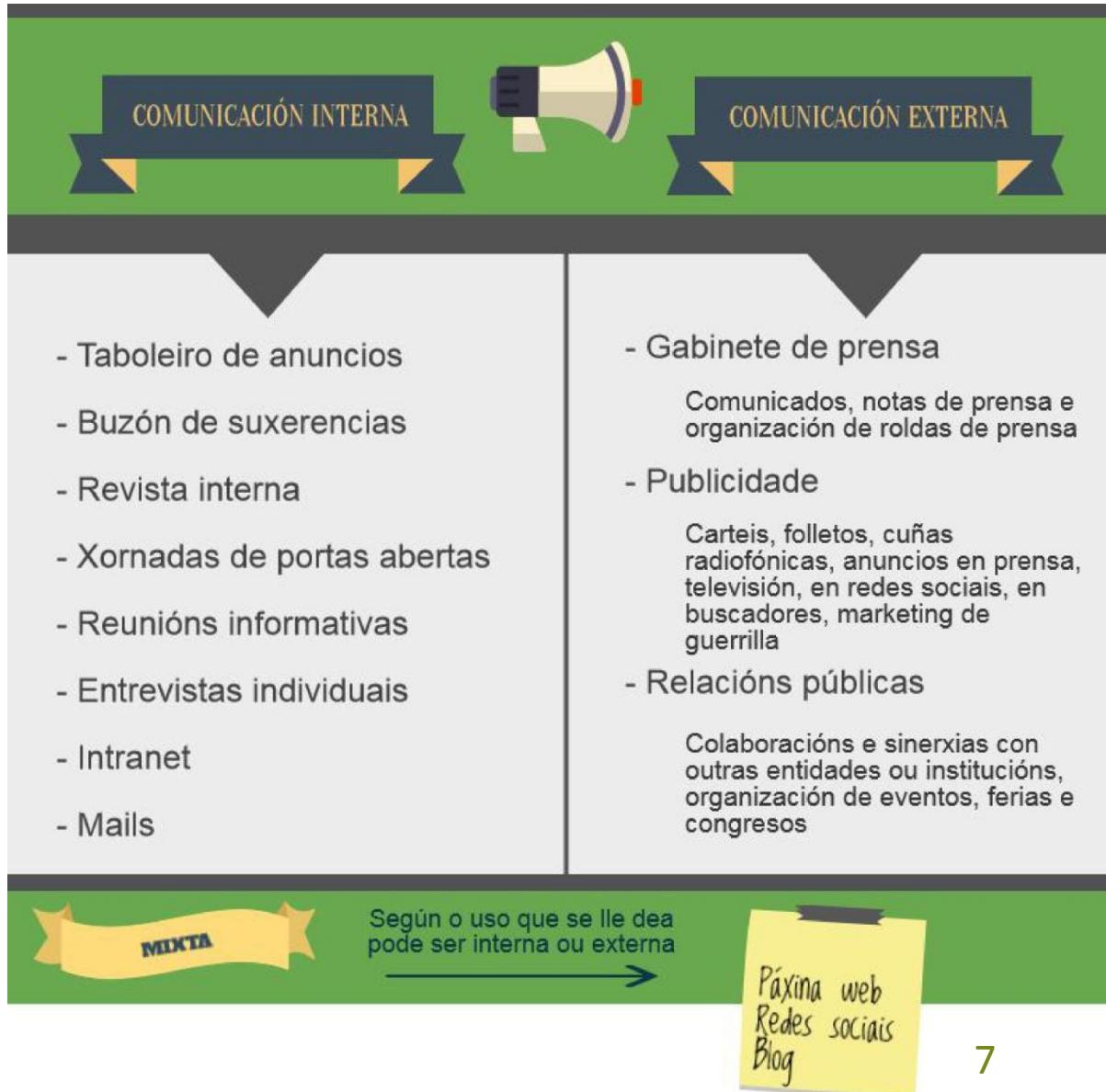
Como facelo?

Por un lado estudamos a comunicación interna e, por outro, a externa:

INTERNA: é aquela dirixida ao traballador, cuxo obxectivo é que este permaneza informado sobre todo o que acontece na empresa e procura a súa motivación, creando un clima de confianza. Ademais, promove unha comunicación a todas as escallas: entre departamentos, desde a base coa dirección xeral e á inversa.

EXTERNA: conxunto de accións dirixidas a crear, manter ou mellorar a relación cos diferentes públicos obxectivos da empresa (clientes, outras empresas, proveedores, institucións, medios de comunicación...), así como a proxectar unha imaxe favorable desta ou promover actividades, produtos e servizos.

Comproba se estás usando as ferramentas axeitadas para o teu fin e controla os resultados



Exemplo de evaluación: interna

En **comunicación interna** descobres que ningúén presta atención ao **taboleiro de anuncios** nin ao **buzón de suxerencias**, polo que terás que decidir se os podes presentar doutra maneira máis chamativa ou descartalos.

Porén, os empregados si que consultan a **páxina web**, o **mail** e a **intranet**, pero non as **redes sociais**, porque non lles gustan.

As **entrevistas individuais** sonche moi útiles para acadar información e percibes que hai un problema de estrés na plantilla. As **reunións** funcionan a nivel informativo, pero non hai participación á hora de plantexar opinións.

Por outra banda, non ten sentido ter unha **revista interna** porque hai poucos traballadores e tampouco se fan **xornadas especiais** por falta de fondos.



Exemplo de evaluación: externa

En **comunicación externa** ves como o **gabinete de prensa** non está sendo efectivo porque os medios de comunicación non publican as notas que lles envías. Sería conveniente replantexalas para facelas más interesantes.

O teu público obxectivo ten máis de 45 anos, polo que a **publicidade** que mellor funcionou é a que levaches a cabo en medios tradicionais: prensa e radio.

A túa empresa asistiu a un **congreso** sobre PRL e organizou dous **eventos** sobre saúde no traballo en todo o ano, pero con bos resultados, así que sería interesante incrementar esta cifra de cara ao ano seguinte. Deste xeito, podería ampliar as **colaboracións** con outras empresas, que non son moitas.



Paso 3. Marca os obxectivos

Sabendo cal é a situación na que está a túa empresa (o que funciona e o que non), xa podes empezar a comunicar tendo en conta as súas singularidades. Para iso tes que marcar os teus obxectivos. Que non sexan moitos, catro están ben.

Xerais: fomentar a saúde dentro e fóra do traballo.

Específicos: por exemplo, conseguir que os empregados controlen o seu estado de saúde, promover o deporte, axudar a combater o estrés...

www.farodevigo.es

FARO DE VIGO

Local Galicia Actualidad Deportes Economía Opinión Cultura Ocio Vida y Estilo

Gran Vigo Comarcas Morrazo Pontevedra Deza-Tabeirós-Montes Arousa Ourense CONCELLOS

EN DIRECTO FÚTBOL (Champions League): Real Madrid-Legia de Varsovia / Dina

ESTADO DE XEIRA
MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Agencia Tributaria

farodevigo.es » Ourense

0 0 0 0 0 0

Más de 5.000 personas mayores aprendieron en Galisenior técnicas para vivir más y mejor

La última jornada ofreció desde técnicas de relajación y mejora de la memoria colectiva a jornadas sobre alimentos saludables -Los participantes procedían de toda Galicia

Redacción | Ourense | 27.05.2016 | 02:55

Talleres para reforzar la memoria; una conferencia para conocer el poder de los superalimentos como son chía, lino, omega 3 o las fibras saludables, así como coreografías, clases de pilates, tai-chi y algunas reglas para una alimentación segura.

Fueron algunos de los "truco" que aprendieron ayer los participantes en la segunda y última jornada de la feria Galisenior, que se celebró en Expourense, una cita dedicada a los mayores, que contó con más de 5.000 visitantes de toda Galicia, que pudieron participar en mil y una actividades lúdicas y saludables, con un objetivo claro: cuidarse para intentar vivir más años y con la mejor calidad de vida posible.



Los mayores, ayer, en una de las actividades saludables de Galisenior. // Iñaki Osorio

Requisitos dos obxectivos

- ESPECÍFICOS
- MEDIBLES

- ALCANZABLES
- ORIENTADOS A RESULTADOS

- CUNHA DATA LÍMITE DE EXECUCIÓN

Volvendo aos obxectivos específicos anteriores habería que completalos así:

- Dar a coñecer aos empregados as distintas facilidades que a empresa lles proporciona para realizar controis médicos no mes de setembro.
- Conseguir que un 25% do persoal practique exercicio físico habitualmente antes de final de ano.
- Lograr que un 50% do persoal esté informada sobre as técnicas existentes para previr o estrés no mes de febreiro.

Para controlar estes resultados habería que facer enquisas ou entrevistas despois das accións.

Paso 4. Define o teu público obxectivo

A quen vas a dirixir a comunicación?

A resposta más común é a todo o mundo, pero iso non é certo. De todos os públicos que podes ter hai un colectivo máis numeroso e tes que saber cal é. Por exemplo, maiores de 40 anos, da localidade da Coruña, interesados na saúde. Nese caso poderíamos descartar a comunicación dixital.

Como ves, en función del plantexarás todo o plan de comunicación.



Paso 5. Plantexa a estratexia



Como vas chegar a ese público e aos obxectivos que te marcaches?

- Que linguaxe e que ton vas a empregar?
- Que canais usarás?

Por exemplo, se todo na miña empresa é moi rutinario e quero causar un forte impacto nos traballadores, podo deseñar accións que rompan coa linguaxe formal establecida e conleven sorpresas orixinais no seu día a día.

Paso 6. Define a mensaxe



Que queres contar?

É o elemento que se quere comunicar, cun estilo e un ton de comunicación definido.

É importante ser claro e conciso e sempre ter en conta ao público ao que nos diriximos.

- Que precisan saber?
- Que idea teñen do tema que imos tratar?
- Apórtalles algún beneficio?
- Onde poden ampliar información?

Exemplo de mensaxe en Facebook: “Sabías que Nadia S.A. proporciona un seguro médico privado gratuito por ser traballador da empresa? Preocupámonos pola túa saúde. +Info: www.nadia.es/saude”

Paso 7. Establece as accións

Que vas facer?

Para desenvolver a estratexia vas a levar a cabo diversas accións. Podes establecer tres por obxectivo. Para iso podes empregar as ferramentas da páxina 7.

Conseguir que un 25% do persoal practique exercicio físico habitualmente antes de final de ano.

- Establecer un convenio cun ximnasio para que lle faga desconto aos traballadores. Reparto de folletos cun bono.
- Organizar un campionato de badminton co premio dun fin de semana nunha casa rural. Cartelería e mailing.
- Pagar un plus aos traballadores que se desplacen en bici ao traballo. Reunión informativa.



Exemplos de estratexia e accións

Mahou San Miguel

The banner features a woman smiling while holding a can of San Miguel 0,0 Isotónica beer. The text on the banner reads: "CERVEZA 0,0 ISOTÓNICA 100% INGREDIENTES NATURALES". A play button icon with the word "GO!" is overlaid on the image.

In the top navigation bar, the menu items are: Inicio, Productos, Fútbol, Promociones, Historia, Explore the world, Eventos, and Login/Registro.

Desde fai máis dunha década o grupo cerveceiro Mahou San Miguel desenvolve actividades para promover a vida saludable entre os seus traballadores:

- Promoción da actividade física
- Alimentación saudable
- Deshabituation tabáquica
- Control do estrés laboral

Estas líneas de traballo contribuíron á reducción das baixas laborais, un incremento da produtividade e a mellora da súa reputación.

Por outra banda está en plena promoción da súa cervexa isotónica cunha campaña publicitaria con grandes deportistas españois, como Pau Gasol ou Mireia Belmonte, co que apoia os hábitos deportivos.

A Fundación Mahou San Miguel tamén fai iniciativas de educación e ocio saudable que aplica na sociedade, como “Crecemos en equipo”, que proporciona alternativas deportivas a xoves en risco de exclusión social.



NOTICIAS   Cecilia Coll, propuesta como mejor Directiva de RRHH. - *Jueves, 15 Septiembre 2016 10:05*

Buscar...



El agua de mar cura todos los males del hombre

Eurípides

Estes laboratorios farmacéuticos, adicados a preparar distintas soluciones con auga de mar microfiltrada en frío, fan iniciativas como proporcionar aos seus traballadores fruta gratuita na hora do almorzo, patrocinan e colaboran co seu equipo deportivo ou contan cun fisioterapeuta para as necesidades do persoal.

Tamén na promoción dos seus produtos inciden na importancia de levar unha vida equilibrada, libre de estrés, ou defenden a conciliación no traballo nun vídeo corporativo que difunden no seu canal de Youtube.



Quinton, recupera tu equilibrio mineral



Laboratorios Quinton

Suscribirse

536

39.183 visualizaciones

+ Añadir a Compartir *** Más

19 21 1



Laboratorios Quinton - Nos apasiona nuestro lugar de trabajo



7.188 visualizaciones

+ Añadir a Compartir *** Más

19 37 0

Paso 8. Orzamento

Canto me vai custar?

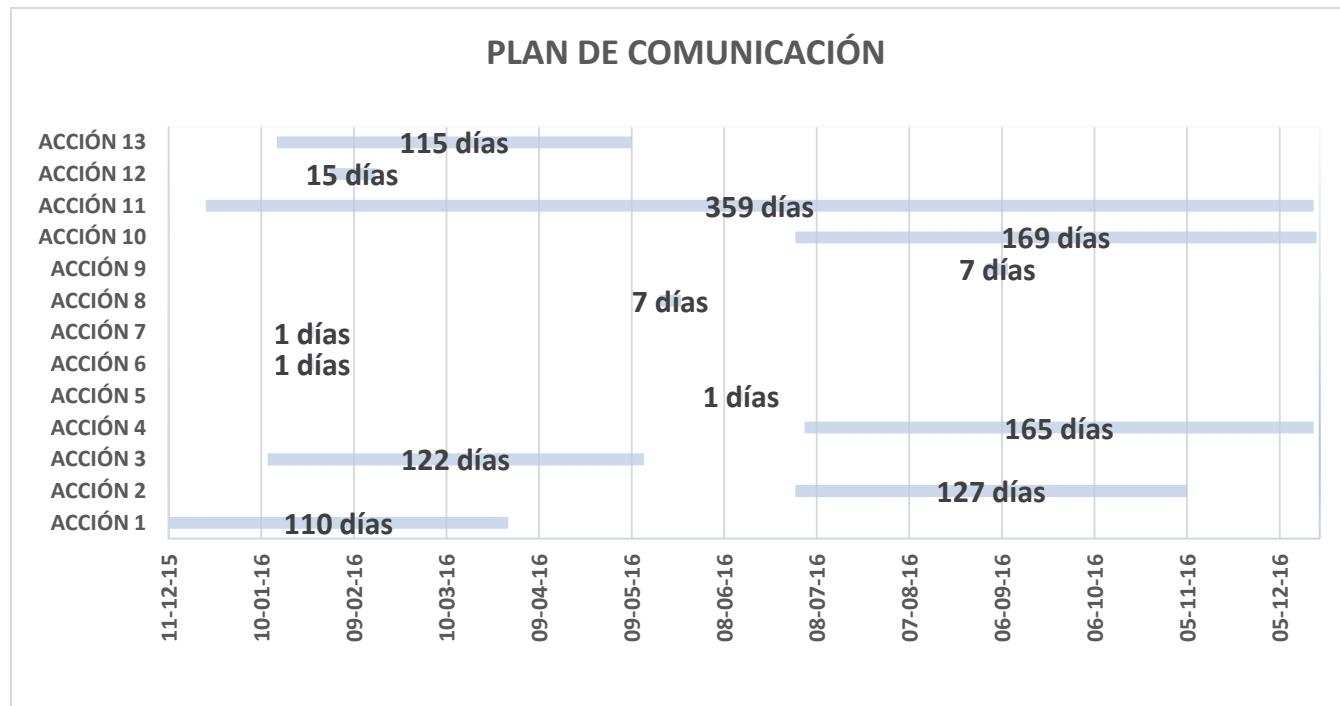
Convén facer unha previsión do custe das nosas accións para axustalas ao orzamento global do departamento de comunicación.

ORZAMENTO DE COMUNICACIÓN			
ACCIÓN	COSTO UNIDADE	UNIDADES	TOTAL
Feria	3.000€	1	3.000€
Deseño web	500€	1	350€
Mantemento de redes sociais	300€	12	3.600€
Publicidade en Facebook Ads	300€	2	600€
SEM	300€	3	900€
Deseño de cartel	300€	1	300€
TOTAL			8.750€

Paso 9. Calendarización

Cando o imos facer?

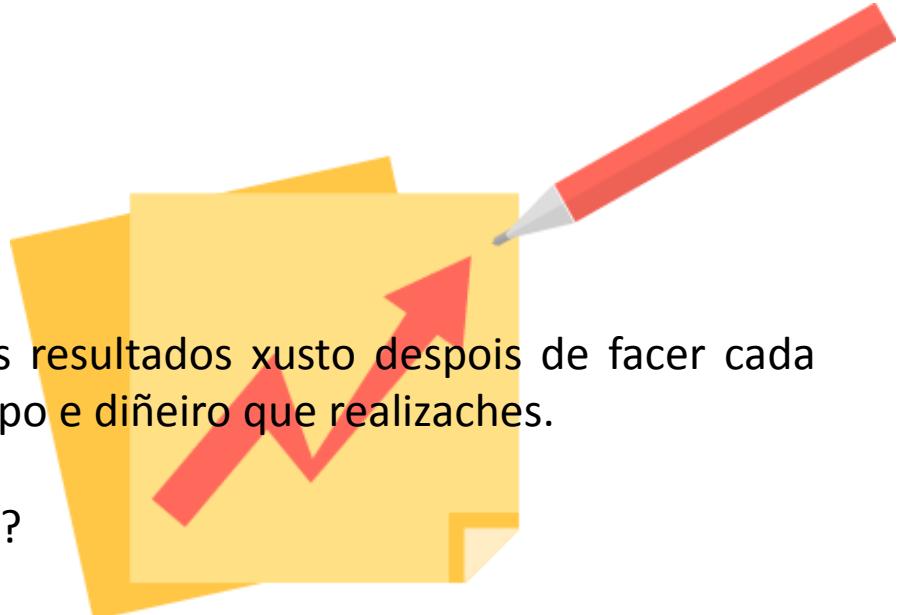
Todas as nosas accións deben ser programadas a un ano ou seis meses vista para facilitar a súa organización.



Paso 10. Control

Analiza os resultados

- Alcanzaches os teus obxectivos? Mide os resultados xusto despois de facer cada acción, tendo en conta a inversión de tempo e diñeiro que realizaches.
- Cal funcionou mellor, ben, regular ou mal?
- A que número de persoas chegou a mensaxe, é dicir, o impacto? Por exemplo, número de aparicións nos medios de comunicación, traballadores que participaron na iniciativa, asistentes ao evento...
- Que errores cometiches? Que conclusións podes sacar para o teu próximo plan de comunicación?



**Se precisas máis información, non dubides
en contactar connosco:**



Fontes consultadas

Carrera de la Mujer. 2015. España. Recuperado de <http://www.carreradelamujer.com/coruna>

Cerveza 0,0 isotónica 100% ingredientes naturales. Mahou San Miguel. 2016. Recuperado de https://www.sanmiguel.es/?gclid=Cj0KEQjwhbzABRDHw_i4q6fXoLIBEiQANZKGW2tTo-KS-cRlTS-PeQXz4-jA04CoSWgFUYDOc5LQu0aAjPF8P8HAQ

Crecemos en equipo. Fundación Mahou San Miguel. 2016. Recuperado de <http://www.fundacionmahousanmiguel.com/es-es/valores.html>

Deans_Icons (2016). [Imagen gráfica de un sobre]. Pixabay. Recuperado de <https://pixabay.com/es/electr%C3%B3nico-mensaje-1454731/>

Dooder (2016). Jefe y empleados trabajando juntos. Vector gratis. Graphic Resources LLC. Recuperado de http://www.freepik.es/vector-gratis/jefe-y-empleados-trabajando-juntos_901086.htm

Empresa sana, saludable y sostenible. Laboratoires Quinton. 2016. Alicante. Recuperado de <https://www.laboratoiresquinton.com/es/rsc/empresa-sana-saludable-y-sostenible>

Freepik (2016). Silueta de atleta con gotas de pintura. Vector Gratis. Graphic Resources LLC. Recuperado de http://www.freepik.es/vector-gratis/silueta-de-atleta-con-gotas-de-pintura_715978.htm#term=accion&page=1&position=5

Jornada de empresas saludables. Escola Galega de Formación. 2016. Santiago. Recuperado de <http://www.congresodeprevencion.com/>

Laboratoires Quinton. 2016. Alicante. Recuperado de <https://www.laboratoiresquinton.com/es/>

Más de 5.000 personas mayores aprendieron en Galisenior técnicas para vivir más y mejor. Faro de Vigo. 2016. Recuperado de <http://www.farodevigo.es/portada-ourense/2016/05/27/5000-personas-mayores-aprendieron-galisenior/1468344.html>

Más de 60 deportistas paralímpicos reconocidos por los empleados de la Calidad Pascual tras los Juegos de Río. 2016. Madrid. Recuperado de http://www.calidadpascual.com/noticias/313_ms-de-60-deportistas-paralimpicos-reconocidos-por-los-empleados-de-la-calidad-pascual-tras-los-juegos-de-ro

Newelement (2016). Colección de diseños de pasos de un proyecto. Vector Gratis. Graphic Resources LLC . Recuperado de http://www.freepik.es/vector-gratis/coleccion-de-disenos-de-pasos-de-un-proyecto_957851.htm

Nos apasiona nuestro lugar de trabajo. Laboratoires Quinton. 2014. Alicante. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=JsEFUVa-uBA>

Picktochart Infographics. 2016. Recuperado de <https://piktochart.com/>

Pinterest. 2016. Recuperado de <https://es.pinterest.com/pin/396316835940663167/>

Quinton, recupera tu equilibrio mental. Laboratoires Quinton. 2014. Alicante. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=e_IM2LUkuHc

Vida saludable, mayor rendimiento en la empresa Estudio CSD-Mahou San Miguel. Gobierno de España. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Madrid. Recuperado de <http://www.csd.gob.es/csd/documentacion/01GabPr/Novedades/vida-saludable-mayor-rendimiento-en-la-empresa-estudio-csd-mahou-san-miguel/view>

