



Lento, rápido, alto y de puntitas:

metas, monitoreo y evaluación



Impacto Social
Metropolitan Group

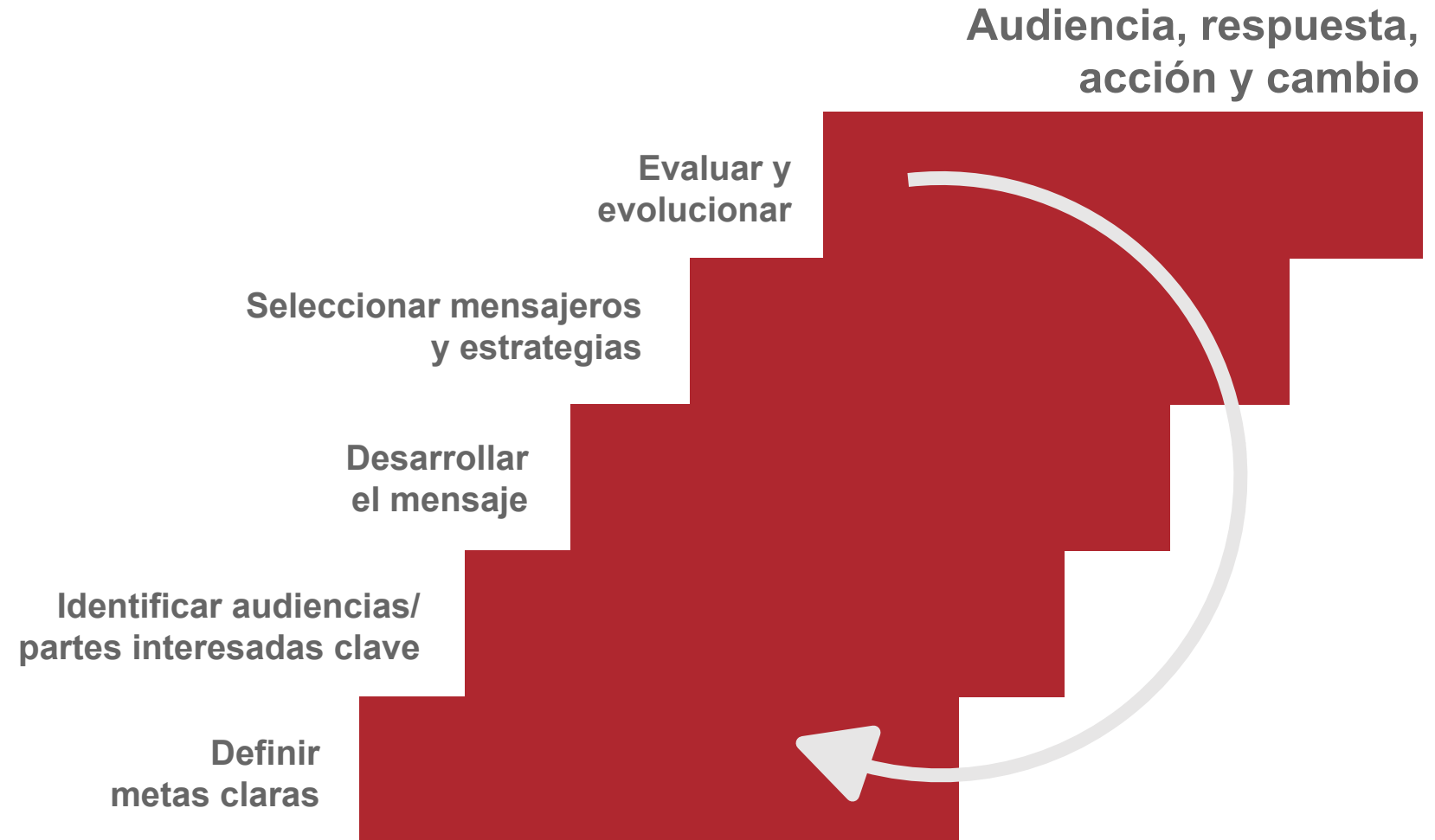
la fuerza de la voz

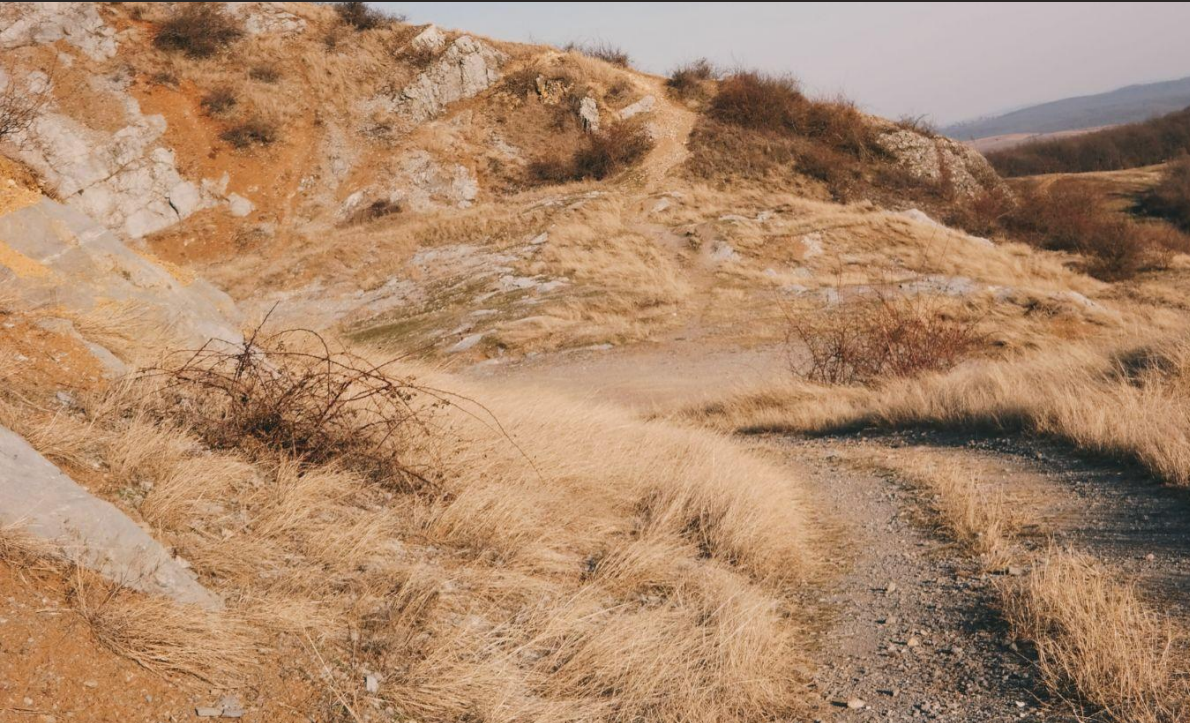


Bienvenida

- Tu nombre
- La institución u organización donde de la que eres parte
- El área en la que trabajas
- Una cosa que hayas aprendido en la pandemia
- Escríbelo en el chat

Los pasos de la comunicación estratégica





¿Qué es una meta?

- Una visión de cambio clara
- Hitos medibles y medidos
- En un marco positivo



Tipos de metas

- De ruta o proceso
- De acción o resultado
- Impacto o culturales



Impacto Social
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



De ruta o proceso

- Creación de una coalición
- Generación de espacios de diálogo con actores clave
- Creación de una narrativa sobre cierto tema

Ejemplo

- La creación y adopción por parte de organizaciones de una nueva narrativa que vincula la impunidad con la desigualdad y las violaciones graves de derechos humanos es retomada por actores clave.



Impacto Social
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



De acción o resultado

- Creación de una ley, de una política o de un programa
- Creación de un Consejo Ciudadano

Ejemplo

- El discurso, las propuestas, las agendas y compromisos de las y los candidatos a puestos públicos (a nivel estatal y nacional) incluyen el combate a la impunidad.



Impacto Social
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



Impacto o culturales

- Expectativas de cambio- lo que es estándar en la sociedad
 - La corrupción es inaceptable
 - Una nueva cultura jurídica con perspectiva interseccional

Ejemplo

- Lograr un cambio cultural con el que los comportamientos, prácticas y delitos vinculados a la impunidad sean considerados como una acción inaceptable, condenable y reprochable.



Impacto Social
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



LA FUERZA DE LA VOZ

metgroupmexico.com

CASO

Iniciativa del espacio público:
meta y público meta



Meta y público meta

Iniciativa del espacio público

- **Meta:** Crear **conciencia** sobre el papel que ha jugado la sociedad civil para tener una sociedad más igualitaria, que las personas entiendan la **relevancia** que las organizaciones tienen para su vida cotidiana y **motivar que actúen** sobre la base de los valores de seguridad y la solidaridad para tener un país más justo y seguro.
- **Público meta:** mujeres entre 18 y 35 años, de localidades urbanas y con nivel de escolaridad hasta media superior

Mensajes

Iniciativa del espacio público

CONCEPTO	MENSAJE
1. Nosotros/as somos comunidad.	1. Todos los días creamos comunidades.
2. Nos cuidamos desde nuestras comunidades.	2. Cuando activamos nuestras comunidades nos podemos cuidar entre nosotros/as.
3. Desde nuestras comunidades hacemos cambios.	3. Cuando vivimos sin miedo y trabajamos juntas podemos crear cambios positivos.
4. La acción: Qué puedes hacer para crear y activar a tus comunidades.	

Estrategias (i)

Iniciativa del espacio público

1. Usar el poder de la expresión creativa
 - Instalación de arte: El Lugar de las Palabras en Común
 - Teatro clown
 - Carton Club
1. Activar a la gente a través del trabajo de **coalición**, con campañas en redes sociales, medios y activación de influenciadoras
 - Activar a las coaliciones aliadas
 - Crear un repositorio con la información de la iniciativa
 - Activar a jóvenes



Estrategias (ii)

Iniciativa del espacio público

3. Activar el poder de la voz y aumentar el compromiso

- a. que las personas para que cuenten su historia
- b. invitar a la gente a tomar acción

4. Monitorear, ajustar sobre la marcha y evaluar la iniciativa



Criterios o “indicadores”

Iniciativa del espacio público

Ruta:

- # de organizaciones y coaliciones que se unen a la iniciativa
- # de influenciadoras que se involucran y llevan el mensaje
- Cobertura mediática de los temas y de las piezas
- # de visitantes a las exhibiciones, presentaciones, etc.

Acción:

- # de historias compartidas a través de redes sociales
- # de personas registradas en la base de datos
- # de personas que toman acción en alguna iniciativa

Cultural:

- # de personas que entienden mejor los temas de la iniciativa

El Lugar de las #PalabrasEnComun

Iniciativa del espacio público

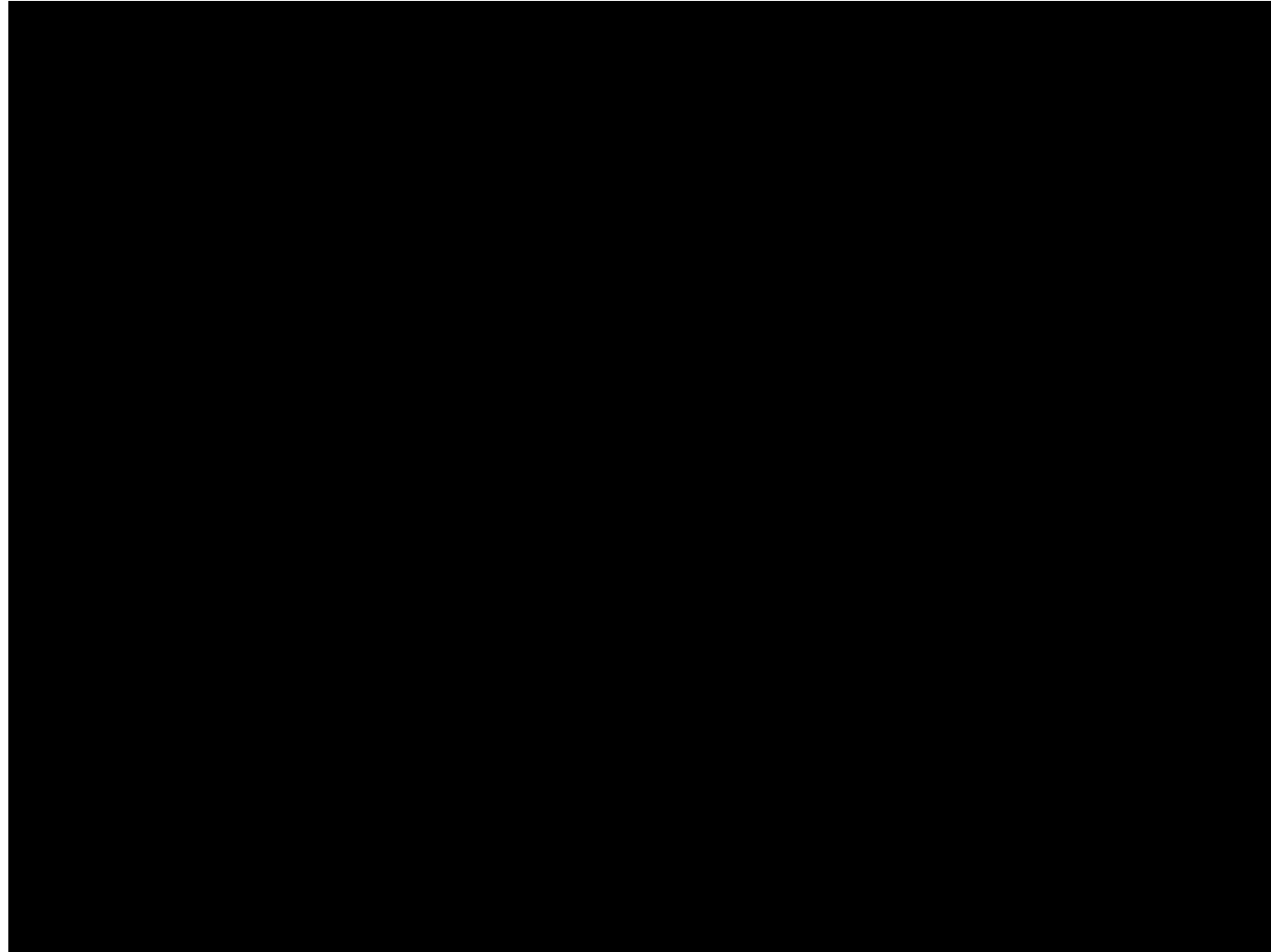




LA FUERZA DE LA VOZ

Activación

Iniciativa del espacio público



Resultados (i)

Iniciativa del espacio público

2/20
artistas / personas

involucradas en la creación de El Lugar de las #PalabrasEnComún

+5 presentaciones
1 pieza de teatro clown

12 actividades
convocadas por 160 colectivos y organizaciones

12 redes y organizaciones impulsaron la creación de El Lugar de las #PalabrasEnComún

30 actores clave de la política, medios y redes sociales difundieron la pieza



118 días estuvo exhibida la pieza en el principal andador de la CDMX.

115 notas en medios

22 millones de personas alcanzamos en redes sociales

\$325mil USD
la inversión, en especie, que MetGroup consiguió

Resultados (ii)

Iniciativa del espacio público: algunos resultados

300,000

personas vieron la pieza

80%

entendió más la importancia del trabajo de las organizaciones de la sociedad civil después de experimentar la pieza

93%

de las personas pensaron que vale la pena apoyar a las organizaciones que promueven la justicia y la igualdad después de ver la pieza

94%

de las personas estuvieron de acuerdo en que existen formas de mejorar la situación de México si nos apoyamos entre todas y todos después de experimentar la obra

83%

de las personas se quedaron con sentimientos de esperanza o confianza después de experimentar la pieza

99%

de las personas recomendarían a sus conocidos visitar El Lugar de las #PalabrasEnComún

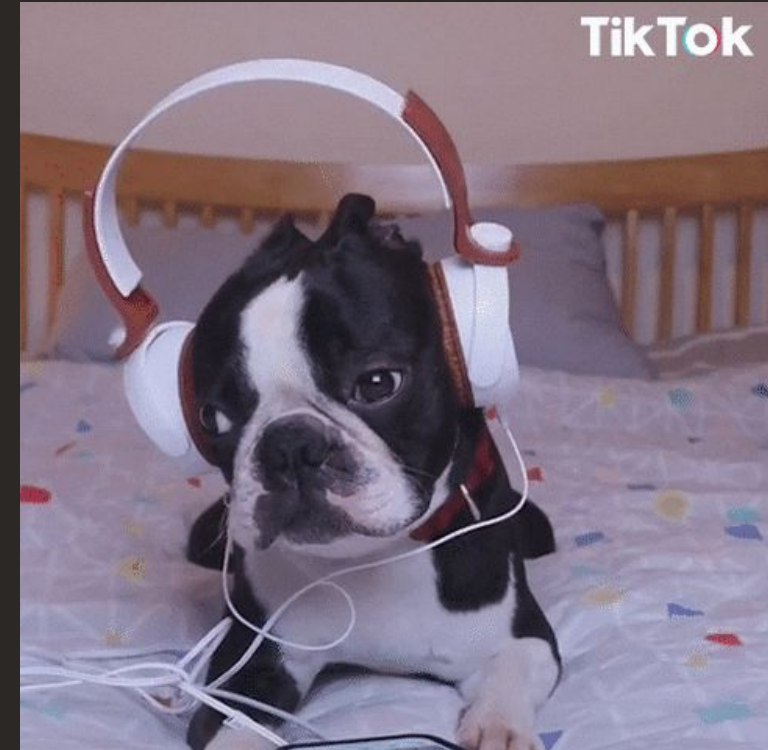
Los cuatro principales temas en los cuales la gente pensó después de experimentar la pieza fueron:

**justicia, libertad, vida y
solidaridad.**



Descanso

10 minutos



<https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZF1DWXoqmNKv7cNC>



Monitorear lo importante

Una herramienta para planear, monitorear y evaluar



Impacto Social
Metropolitan Group

la fuerza de la voz



Despedida



Cuestionario de evaluación



Impacto Social Metropolitan Group

la fuerza de la voz



Strategic Communication | Organizational Strategy and Innovation | Intercultural Engagement

metgroupmexico.com