

Juliol 2024

PLA DE COMUNICACIÓ



ConArte
INTERNACIONAL

Treball Final de Grau de Núria Domènech Rodríguez
Tutora Olga del Rio
Curs 2023-2024

ÍNDEX

1	ANÀLISI DE LA SITUACIÓ	3
1.1	PRESENTACIÓ DE L'ORGANITZACIÓ	3
1.2	ESTRUCTURA D'ÀREES DE TREBALL I ESTRUCTURA DE L'ORGANITZACIÓ	3
1.2.1	ORGANIGRAMA DE L'ASSOCIACIÓ	5
1.3	IDENTITAT CORPORATIVA	7
1.4	IDENTITAT GRÀFICA	8
1.5	OBJECTIUS DE L'ORGANITZACIÓ	9
2	DIAGNÒSTIC DE COMUNICACIÓ DE CONARTE INTERNACIONAL	10
2.1	SITUACIÓ ACTUAL: ANÀLISI DAFO	10
2.2	SÍNTESI CAME	12
2.3	IDEA FORÇA, MISSATGE I TO	14
3	DEFINICIÓ DE L'ESTRATÈGIA COMUNICATIVA	16
3.1	DISSENY DE LES ESTRATÈGIES DE COMUNICACIÓ	17
3.1.1	ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ OFENSIVA: OE1 CAPTAR NOUS CLIENTS ENTRE CENTES ESCOLARS I ADMINISTRACIONS LOCALS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA	17
3.1.2	ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DE REORIENTACIÓ: OE2 AUGMENTAR EL SUPORT COMUNITARI I INSTITUCIONAL	22
3.1.3	ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DEFENSIVA: MILLORAR EL POSICIONAMENT I LA IMATGE DE MARCA DE CONARTE INTERNACIONAL	31
3.1.4	ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DE SUPERVIVÈNCIA: EXPANSIÓ DE COMUNITAT I CONNECTIVITAT AMB DIVERSOS PÚBLICS PRIVATS	35
4	CRONOGRAMA	36
4.1	CRONOGRAMA DE L'ESTRATÈGIA OE1	36
4.2	CRONOGRAMA DE L'ESTRATÈGIA OE2	38
4.3	CRONOGRAMA DE L'ESTRATÈGIA OE3	40
5	PRESSUPOST	40

1 Anàlisi de la situació

1.1 Presentació de l'organització

ConArte Internacional és una organització sense ànim de lucre que neix l'any 2014 amb l'objectiu de reforçar els lligams entre l'educació i la cultura, especialment centrant-se en la promoció de l'educació artística a escoles de màxima complexitat.

Segons el Pla Estratègic de ConArte Internacional (2021), la seva iniciativa es basa en la convicció crucial de treballar principalment amb les escoles públiques, ja que aquestes tenen una relació directa amb l'Estat, que és l'entitat encarregada de plantejar el debat sobre l'educació que un país necessita. L'associació actua com a agent de difusió, destacant la importància de remodelar l'ensenyament i integrar-lo amb les arts.

La seva filosofia es centra en els valors educatius de les arts i la música. Consideren que l'educació artística és essencial per a la construcció d'una societat integrada i plural, capaç d'acceptar la diversitat.

Amb aquest enfocament, ConArte Internacional busca contribuir significativament al millorament del sector educatiu a través del foment de l'art i la cultura a partir de projectes com Planters, Escoles Planter, formacions a formadors i grups de treball.

ConArte Internacional és un projecte amb un model de negoci actual i una diversificació de les seves fonts de finançament per poder assegurar-ne la sostenibilitat. Ajuntaments de Salt y Figueres, Diputació de Girona, Departament de Educació, Departament de Cultura, Fundació Catalunya La Pedrera, Fundació Interarts, Fundació La Ciutat Invisible són algunes de les entitats que contribueixen en el finançament del projecte.

Planters i Escoles Planter són projectes de mediació artística que lliga l'educació, les arts i la cultura, amb l'objectiu de garantir el dret a la participació en la vida cultural dels infants dins de les aules de 4 escoles de Figueres i 3 de Salt. Cada grup de classe realitza un cicle de dos anys, durant el qual es comparteix públicament el procés creatiu.

1.2 Estructura d'àrees de treball i estructura de l'organització

Segons el Pla Estratègic de ConArte Internacional (2021), des de 2014, ConArte Internacional ha dedicat la seva tasca a l'educació i participació de l'alumnat a través de les arts i la cultura. Aquesta missió es desplega a través del món educatiu i la creació artística, la generació de nous públics per a la cultura, la formació de formadors en metodologies d'educació des d'una visió artística, i l'activació del coneixement sobre la capacitat educativa de les arts per a la implementació i avaluació de projectes artístics i culturals a les aules i la comunitat.

II Il·lustració I: Estructura de les àrees de treball



Font: Elaboració pròpia

ConArte Internacional te 3 àrees de treball principals:

i) **Projecte Planters:**

Projecte de mediació artística que vincula l'educació, les arts i la cultura, amb l'objectiu de garantir el dret a la participació en la vida cultural de l'alumnat. Actualment treballen a escoles públiques de Figueres i Salt de màxima complexitat. Cada grup de classe realitza un cicle de dos anys, durant els quals es comparteix públicament el procés creatiu on l'alumnat, els docents i artistes en són participants (les mostres escolars). Actualment hi ha 550 alumnes en horari lectiu i 70 alumnes que formen part dels extraescolars Planters.

Les escoles actuals que formen part del projecte són: Escola Anicet de Pagès (Figueres), Escola Josep Pous i Pagès (Figueres), Escola Amistat (Figueres), Escola Josep Pallach (Figueres), Escola Les Arrels (Salt), Escola Silvestre Santaló (Salt), Escola Mas Masó (Salt).

- **Artistes horari lectiu:** Presència regular d'artistes als centres escolars que treballen de manera coordinada amb els/les docents de les escoles durant tot el curs escolar.
 - **Classes setmanals**
 - **Mostres:** Les mostres focalitzen la integració de les arts en l'educació, sent una activitat essencial per demostrar a la comunitat el treball realitzat durant el curs escolar per part de l'alumnat i l'artista. Des de ConArte Internacional reconeixen les mostres escolars com una part fonamental en el procés educatiu i personal de l'estudiant.
- **Artistes extraescolars:** Presència de les arts fora de l'horari lectiu, on es crea un espai per potenciar i donar continuïtat a l'activitat artística de l'alumnat.

- **Classes setmanals**
- **Mostres:** Les mostres focalitzen la integració de les arts en l'educació, sent una activitat essencial per demostrar a la comunitat el treball realitzat durant les activitats extraescolars per part de l'alumnat i l'artista.
- **Formacions:** Intercanvi de metodologies vinculades a les arts a través de grups de treball i formacions de claustre. Totes les propostes formatives ofereixen l'especialització en l'àmbit educatiu artístic, amb el reconeixement del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya.
 - **Formació Claustre:** Tallers i formacions a educador/es durant el període d'implementació del projecte, permetent incentivar el treball des de les arts a les aules de les escoles.
 - **Grups de treball:** Espais de formació de 15 hores anuals dinamitzats per l'equip de ConArte Internacional, on participen docents i artistes implicats en el projecte "Planters".
- **Assistència espectacles:** L'assistència de públic a espectacles per tal de que l'alumnat de les escoles vinculades amb el projecte "Planters" puguin fer vincle amb la cultura i l'art.

ii) **Formacions externes:**

Intercanvi de metodologies vinculades a les arts amb altres entitats, ja siguin entitats que participen amb el projecte o no. Totes les propostes formatives estan relacionades en l'àmbit educatiu artístic.

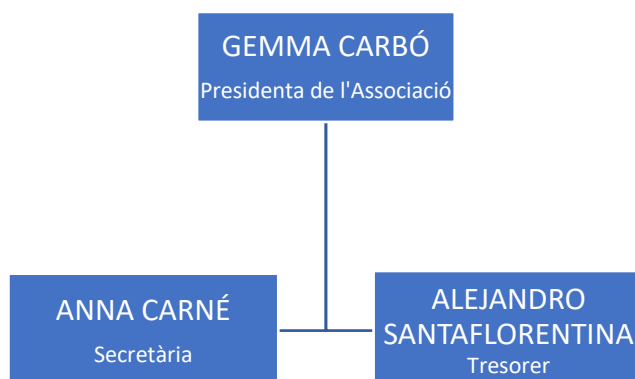
iii) **En Xarxa:**

Treballar per potenciar i crear vincles amb altres entitats, tant locals, estatals i fins i tot internacionals, dissenyant propostes d'educació artística, potenciant nous públics per la cultura i compartint àrees de coneixement.

1.2.1 ORGANIGRAMA DE L'ASSOCIACIÓ

ConArte Internacional és una Associació sense ànim de lucre, per tant té una Junta Directiva, comporta per la presidenta **Gemma Carbó**, secretària **Anna Carné** i **Alejandro Santaflorentina** tresorer.

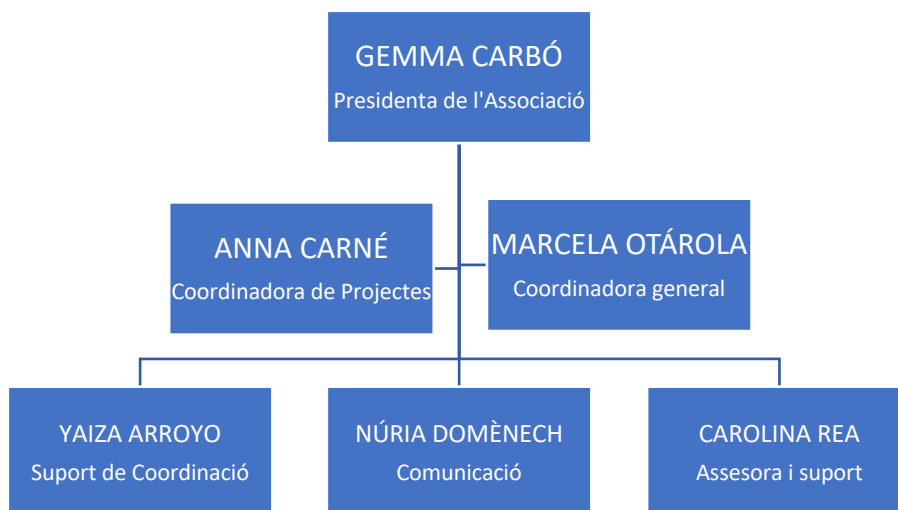
II Il·lustració 2: Estructura del organigrama de la junta Directiva de l'Associació



Font: Elaboració pròpia

Per altre banda, a partir de la junta Directiva, es desenvolupa l'equip tècnic, que gestiona i coordina els projectes de l'entitat.

II Il·lustració 3: Estructura del organigrama de l'equip tècnic de l'Associació



Font: Elaboració pròpia

Gemma Carbó, presidenta de l'entitat. Gestora cultural i Doctora en Ciències de l'Educació, especialitzada en l'àmbit de les polítiques culturals i educatives. Dedicació parcial en àmbits estratègics de l'entitat i com formadora de formadors.

Anna Carné, secretària, coordinadora del projecte "Planters" i artista del projecte "Planters" a Figueres, Violoncel·lista llicenciada, ha format part de varies formacions clàssiques i multidisciplinàries.

_ **Marcela Otárola**, dedicació com a coordinadora general de l'entitat, formadora de formadors i tasques de gestió i mediació. És gestora cultural, ha impulsat projectes artístics i educatius en contextos vulnerables.

_ **Yaiza Arroyo**, dedicació parcial com a suport de coordinació, actriu i educadora, amb experiència en tallers de les arts escèniques en l'educació primària.

_ **Núria Domènech**, dedicació parcial com a *Community Manager*, comunicadora cultural amb experiència en el món de l'educació.

_ **Carolina Rea**, dedicació parcial com a assessora i suport. Advocada amb experiència en drets humans, relacions interinstitucionals, cooperació internacional.

1.3 Identitat corporativa

→ Misió

ConArte Internacional és una entitat gironina que treballa per garantir el dret de participació a la vida cultural de la ciutadania a través de la pedagogia de les arts, desenvolupant projectes d'intervenció directa als centres educatius i mitjançant la formació, assessorament i acompanyament a agents culturals del territori, per tal de transformar les polítiques culturals i educatives que s'apliquen a les comarques de Girona.

→ Visió

L'associació vol esdevenir un referent en els municipis de les comarques de Girona en la promoció de la participació cultural de la ciutadania a través de l'acció educativa.

→ Valors

La cultura com a dret: Treballa des d'una perspectiva de drets, entenent que els drets culturals són part intrínseca dels drets humans i, com a tals, precisen la seva protecció i cura, mitjançant la sensibilització de la societat, incloent el dret a la identitat i diversitat culturals i a la participació a la vida cultural.

Diàleg intercultural: Utilitzen metodologies d'educació en i des de les arts, les quals funcionen com a llenguatges universals, element comú per al diàleg intercultural, factor clau per a la comprensió de la societat diversa en la qual vivim avui.

Igualtat: Fomenten la igualtat de les persones, la llibertat de pensament i d'identitat, el respecte a la diversitat i la conscienciació contra les diferents formes de discriminació a la dona, a les persones migrants, a persones amb discapacitat, i a les minories, així com formes de discriminació de tipus racial o religiosa, i basades en l'orientació sexual o de gènere.

Responsabilitat: Tenen clar que son part responsable, juntament amb l'administració pública, la ciutadania i les entitats del tercer sector, a l'hora de garantir el dret de les persones a participar a la vida cultural de l'entorn, i estem compromesos i compromeses amb l'educació pública com a principal espai de democratització de l'accés a la cultura i de la participació cultural de joves i infants.

1.4 Identitat gràfica

→ Logotip

A Mèxic, existeix una organització sense ànim de lucre dedicada a promoure l'educació artística i desenvolupar noves habilitats creatives, expressives i autoconscients a les escoles públiques, comunitats marginades i en risc social. Aquesta organització s'anomena ConArte Mèxico.

Des de ConArte Internacional, es va agafar la mateixa tipografia del logotip de Mèxic. La inspiració, ConArte Internacional és independent però estan agermanades.

En un origen, el logotip de ConArte Internacional era igual que el de Mèxic. A partir del 2016 ConArte Internacional va eliminar l'au que hi havia en el logotip de ConArte Mèxic, ja que no el representava amb la imatge que volien mostrar del projecte i va crear el seu propi logotip.



Font: Elaboració pròpia

→ Colors corporatius

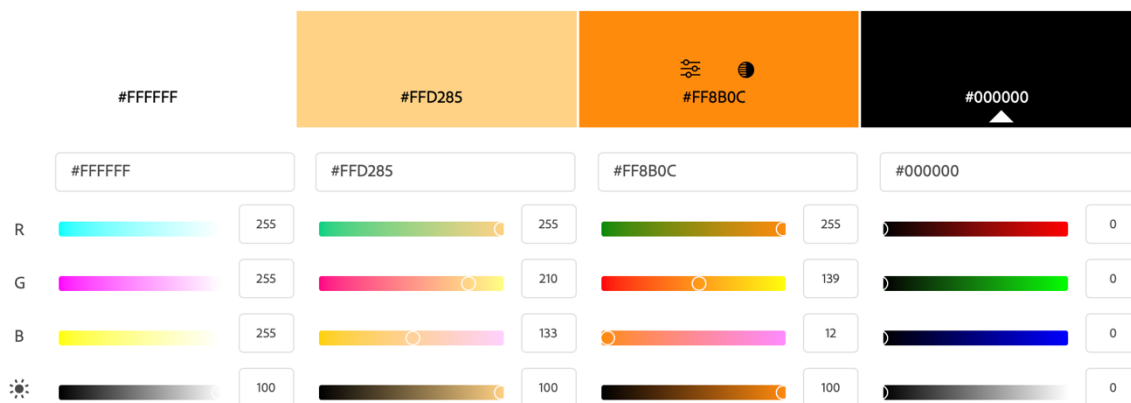
Per a un projecte d'educació artística, la combinació d'aquets colors (blanc, negre i taronja), proporciona una paleta alineada amb la imatge que es vol projectar. A més, transmet valors com la serietat, la passió i la creativitat, creant així un entorn atractiu.

- **Blanc:** El blanc és un color que transmet sensació de puresa i nitidesa. En un context educatiu, el blanc representa la lliure expressió i la frescor, creant un espai tranquil. A més, és un fons neutre que permet que els altres colors ressaltin.
- **Negre:** El negre representa elegància, profunditat i serietat. En el context de l'art, simbolitza la riquesa de l'expressió artística, així com el compromís amb la

qualitat. Aquest color, com a color corporatiu, aporta sensació de solidesa i professionalitat al projecte.

- **Taronja:** El taronja és un color energètic i estimulante que inspira vitalitat i creativitat. En aquest cas, el color taronja representa la passió per l'art i la innovació, generant un ambient vibrant.

Il·lustració 4: Paleta de colors



Font: Elaboració pròpia

1.5 Objectius de l'organització

En aquest apartat, tractarem els objectius estratègics de l'organització, diferenciant entre els objectius a curt termini i els objectius a llarg termini. Aquesta diferenciació és essencial per a una planificació efectiva, ja que permet marcar metes clares i assolibles.

Taula I: Objectius de l'organització

Objectiu	Línies d'acció
Objectius a curt/mig termini de ConArte Internacional	
OEC1: Creixement del projecte "Planters" en nous centres educatius	Iniciar i desenvolupar "Planters" en nous centres educatius de la mà de socis estratègics a la Comarca de la Garrotxa.
OEC2: Manteniment el reforç del projecte als Ajuntaments de Figueres i Salt	_Millorar del suport institucional i el compromís dels Ajuntaments amb propostes de col·laboració estables. _Millorar la metodologia d'intervenció en cada centre educatiu.
OEC3: Promoció del finançament de tercers al projecte "Planters"	Dissenyar i executar d'una estratègia de filantropia amb el món empresarial pel finançament de "Planters".
OEC4: Diversificació de línies de l'activitat	_Vendre formacions i equips de treball d'empreses en àmbits de creativitat, treball en equip i diversitat. _Creixement dels projectes en xarxa (desenvolupament de projectes europeus, participació en congressos, seminaris, etc.)
Objectius a llarg termini de ConArte Internacional	
OEE1: Estendre i augmentar "Planters" a la Província de Girona	_Augmentar, en els pròxims 5 anys, de 7 a 13 el número de centres que forma part de "Planters" a la província de Girona.

	_Tenir vincle de filantropia estratègica amb 5 empreses de les comarques gironines d'aquí a 5 anys.
OEE2: Estendre i augmentar la prestació de serveis de formacions a empreses a Catalunya i Espanya.	En 5 anys, realitzar anualment 6 formacions empreses àmbits de creativitat, treball en equip i diversitat.

Font: Elaboració pròpia

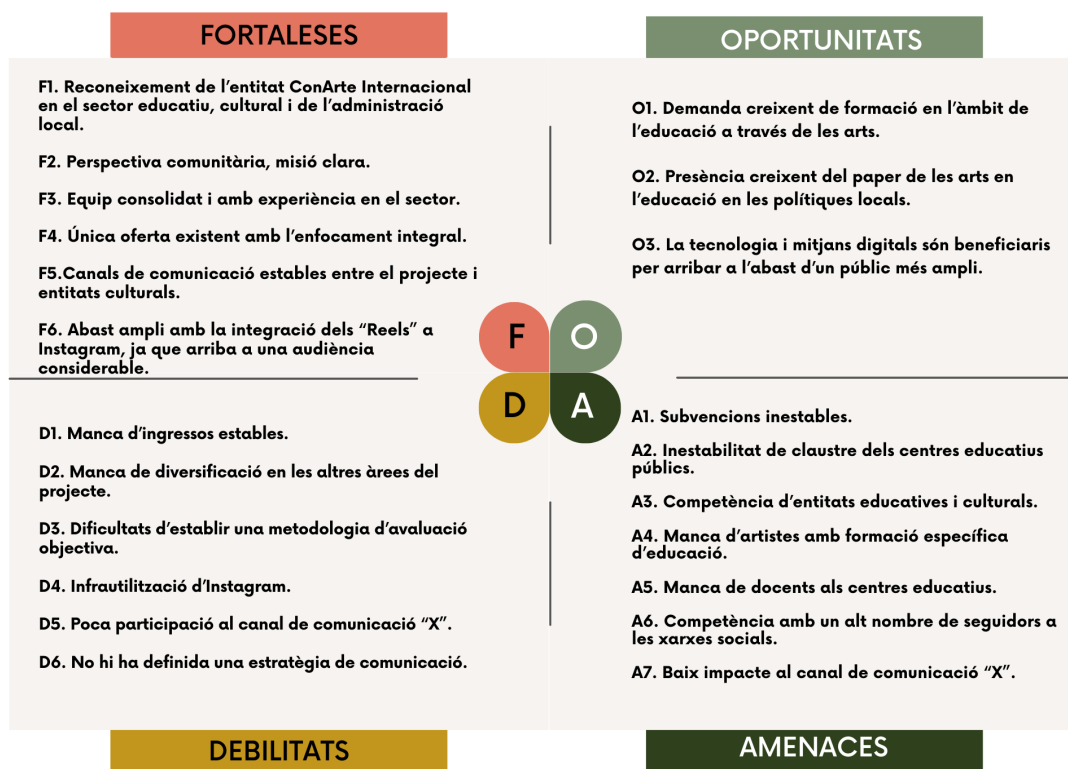
2 Diagnòstic de comunicació de ConArte Internacional

Segons EIEconomista.es (2024), l'anàlisi DAFO, és una tècnica utilitzada en la planificació estratègica per avaluar les fortaleces, debilitats, oportunitats i amenaces d'una organització, projecte o una situació. Ajuda a les organitzacions a identificar els seus punts forts i febles interns, així com les oportunitats i amenaces externes que enfronten.

2.1 SITUACIÓ ACTUAL: ANÀLISI DAFO

Segons el Pla Estratègic de ConArte Internacional (2021), des de la fundació de l'entitat, l'any 2014, fins l'actualitat, el programa cabdal de l'entitat ha estat el projecte "Planters", mentre que la resta d'accions no han tingut una estratègia tant remarcada, havent una manca de diversificació en moltes àrees del projecte.

II Il·lustració 5: Anàlisi DAFO



Font: Elaboració pròpia

L'anàlisi DAFO, ens ajudarà a visualitzar i identificar totes les debilitats i amenaces del projecte per tal de poder rectificar-les, així com també reforçar les fortaleses i oportunitats.

FORTALESES

- **F1. Reconeixement de l'entitat ConArte Internacional en el sector.**
 - Entitats i fundacions reforcen el finançament.
 - Vinculació amb festivals i fundacions com temporada Alta, Figueres ES MOU o A Tempo de la fundació La Ciutat Invisible.
 - Conveni amb el departament d'Educació.
- **F2. Perspectiva comunitària, missió clara.**
 - Mirada pròpia que es diferencia d'altres entitats.
- **F4. Única oferta existent amb l'enfocament integral.**
 - Únic programa amb una mirada integral de les arts a l'educació, que inclou: artistes en horari lectiu i extraescolar, formació de formadors, assistència a espectacles, mostres artístiques de l'alumnat.

OPORTUNITATS

- **O2. Presència creixent del paper de les arts en l'educació a les polítiques locals.**

- Oportunitat per a liderar i contribuir al canvi del paradigma educatiu cap a un ensenyament més inclusiu vinculat amb la cultura i la implementació de les arts a les aules.
- **O3. Tecnologia i mitjans digitals.**
- La tecnologia i els mitjans digitals poden ser utilitzats per arribar a més ulls, oferint recursos, altres visions o més audiència.

DEBILITATS

- **D1. Manca d'ingressos estables.**
- Ingressos que permetin disposar d'un equipament consolidat.
- **D2. Manca de diversificació de les altres àrees del projecte.**
- Concentració en l'activitat/ projecte "Planters".
- **D6. No hi ha definida una estratègia de comunicació.**
- Objectius estratègics i comunicatius poc clars.

AMENACES

- **A1. Subvencions inestables.**
- Les ajudes i subvencions en el sector cultural poden desaparèixer en els pròxims anys.
- **A2. Inestabilitat de claustre dels centres educatius públics.**
- Poca garantia de continuïtat de la demanda.
- **A7. Baix impacte al canal de comunicació "X".**
- A causa de la poca activitat en el canal.

2.2 Síntesi CAME

L'anàlisi CAME és una eina d'anàlisi estratègica que s'utilitza per avaluar els factors externs que poden afectar al projecte. CAME significa "Corregir, Afrontar, Mantenir i Explotar", i ajuda a desenvolupar estratègies per afrontar aquests factors externs de manera efectiva.

Taula 2: Síntesi CAME

	OPORTUNITATS	AMENACES
FORTALESES	<p>ESTRATÈGIA OFENSIVA</p> <p>F3. Equip consolidat i amb experiència en el sector + F4. Única oferta existent amb un enfocament integral + O1. Demanda creixent de formació en l'àmbit de l'educació a través de les arts= E1. Ampliar escoles: utilitzar email marketing.</p> <p>F1. Reconeixement de l'entitat ConArte Internacional en el sector educatiu i cultural i de l'administració local + F4. Única oferta existent amb l'enfocament integral.+ O2. Presència creixent del paper de les arts en l'educació dins de les polítiques locals = E2.1. Consolidar els Ajuntaments de Figueres i Salt: Reunió de presentació de resultats. // E2.2. Aconseguir el suport dels Ajuntaments de la comarques gironines.</p>	<p>ESTRATÈGIA DEFENSIVA</p> <p>A1. Subvencions inestables + F1. Reconeixement de l'entitat ConArte Internacional en el sector educatiu, cultural i de l'administració local = E6. Establir una estratègia de diversificació de fonts de finançament a través de patrocinadors privats interessats en el projecte/ entitat.</p> <p>A4. Manca d'artistes amb formació específica d'educació + F3. Equip consolidat i amb experiència en el sector = E7. Organitzar i promoure més formacions sobre les arts a les aules.</p> <p>A3. Competència d'entitats educatives i culturals + F5. Canals de comunicació estables entre el projecte i entitats culturals = E8. Col·laboracions entre ConArte Internacional i altres projectes per tal de consolidar relacions.</p>
DEBILITATS	<p>ESTRATÈGIA DE REORIENTACIÓ</p> <p>D1. Manca d'ingressos estables + O1. Demanda creixent de formació en l'àmbit de l'educació a través de les arts +O3. La tecnologia i mitjans digitals són beneficiaris per arribar a l'abast d'un públic més ampli =E3. Utilitzar els mitjans de comunicació i xarxes socials per donar visibilitat al projecte i crear una necessitat en el nostre públic objectiu.</p> <p>D1. Manca d'ingressos estables + O2. Presència creixent del paper de les arts en l'educació en les polítiques locals = E4. Persuadir als Ajuntaments que el contracte sigui Triennial.</p> <p>D4. Infrautilització d'Instagram. + O3. La tecnologia i mitjans digitals són beneficiaris per arribar a l'abast d'un públic més ampli = E5.1. Augmentar l'ús i l'impacte d'Instagram de l'entitat a través de la creació de campanyes creatives i estratègiques. // E5.2. Connectar amb un públic més ampli i divers, aprofitant la tecnologia i els mitjans digitals per a la difusió del projecte i del seu missatge.</p>	<p>ESTRATÈGIA DE SUPERVIVÈNCIA</p> <p>A1. Subvencions inestables + D1. Manca d'ingressos estables = E9.1. Diversificar les fonts de finançament, incloent la recerca de subvencions alternatives: Establir campanyes de finançament col·lectiu (<i>crowdfunding</i>) a través de xarxes socials. // E9.2. Buscar patrocinadors potencials amb els quals establir acords de col·laboració.</p> <p>A6. Competència amb un alt nombre de seguidors a les xarxes socials + D4. Infrautilització d'Instagram = E10. Utilitzar de manera recurrent l'eina Instagram Ads per tal d'arribar a nous possibles seguidors.</p> <p>A7. Baix impacte al canal de comunicació "X" + D6. No hi ha definida una estratègia de comunicació = E11. Replantejar els objectius de comunicació del projecte: Revisió de resultats i rectificar estratègies comunicatives.</p> <p>A6. Competència amb un alt nombre de seguidors a les xarxes socials + D6. No hi ha definida una estratègia de comunicació= E12. Establir objectius clars de comunicació i desenvolupar un pla estratègic detallat que inclogui canals, contingut i audiència específics.</p>

Font: Elaboració pròpia

A les **estratègies de comunicació ofensiva** s'han seleccionat les que es poden realitzar a curt termini amb major impacte. Es proposa ampliar les escoles a les comarques gironines mitjançant l'ús de email marketing, destacant els avantatges d'una

educació més propera en el món artístic, com també els beneficis de l'educació artística dins del projecte "Planters". D'altra banda, es buscarà el suport d'aquests ajuntaments a través d'una campanya de sensibilització, incloent reunions per explicar els beneficis del projecte i buscar aliances amb altres entitats de les comarques gironines dedicades a aquest sector.

A més, es busca consolidar la col·laboració entre els Ajuntaments de Figueres i Salt mitjançant una reunió de presentació de resultats. A les **estratègies de comunicació defensives** s'han seleccionat les que es centren en establir una estratègia comunicativa per diversificar les fonts de finançament i buscar patrocinadors privats interessats en l'entitat, organitzar i promoure més formacions sobre l'educació artística, i fomentar col·laboracions entre ConArte Internacional i altres projectes.

Les **estratègies de comunicació de reorientació** es centren en la utilització dels mitjans de comunicació i les xarxes socials per donar visibilitat al projecte i persuadir als Ajuntaments i Institucions de les comarques gironines a participar o finançar el projecte. Aquestes estratègies són pensades per realitzar a curt termini.

Les **estratègies de comunicació de supervivència** es centren en diversificar les fonts de finançament, incloent campanyes de finançament col·lectiu i la cerca activa de subvencions alternatives. D'altra banda, s'implementarà l'eina d'Instagram Ads de manera recurrent, segmentant l'audiència per ampliar la visibilitat de l'entitat en el món de les xarxes socials.

Amb els resultats extrets de l'anàlisi CAME, l'estratègia **E12** consisteix en establir objectius clars de comunicació i desenvolupar un pla de comunicació. Aquesta estratègia és crucial per donar coherència i un seguiment a totes les altres estratègies prèviament assenyalades.

2.3 Idea força, missatge i to

Per assegurar una comunicació efectiva, és essencial definir la idea força, el missatge i el to que guiaran totes les accions de comunicació. Aquests elements seran la base de la nostra campanya comunicativa del projecte ConArte Internacional.

→ Idea Força

- **Sensibilitzar als stakeholders** sobre la importància de l'art en l'educació → Remarcar com l'educació artística potencia el desenvolupament de l'alumnat, fomentant la creativitat, l'expressió artística i les habilitats socials.
- **Promoure la diversitat cultural** com a valor fonamental en l'educació → Insistir en la riquesa que aporta la diversitat cultural a l'aprenentatge i a la convivència dins de la nostra societat.
- **Mostrar l'impacte positiu del projecte** en la comunitat educativa → Utilitzar dades extretes d'anàlisi de resultats i testimonis de participants del projecte per

demostrar els beneficis concrets que ConArte aporta a les aules, docents i famílies.

→ Missatge i To

Missatge: Destacar la idea de que tothom té dret a l'educació artística sent aquest, un dret fonamental per al desenvolupament dels infants.

To:

- Inspirador: Demostrar la passió i dedicació del projecte a les aules per fomentar l'educació amb l'art.
- Inclusiu: Fer que tothom se senti part del projecte, destacant la importància de la diversitat cultural i com aquesta influeix en la basant artística de l'alumnat i/o participants del projecte (docents, artistes, formadors, etc.).
- Positiu: Demostrar l'èxit i l'impacte de resultats del projecte, mantenint sempre un to positiu.
- Proper: Comunicar-se de manera clara, directa i pròxima, creant una connexió emocional amb el receptor.

→ Lema

“L'educació sense art, és un dret sense llum”

El lema "L'educació sense art és un dret sense llum" encaixa perfectament amb la missió, visió i valors del projecte ConArte Internacional.

El projecte té com a missió promoure l'accés universal a l'educació artística, garantint que l'alumnat tingui l'oportunitat de conèixer i experimentar sobre l'art i la cultura. Aquest lema remarca que sense art, l'educació queda incompleta.

La visió del projecte remarca una societat on l'educació artística ha de ser reconeguda com un dret fonamental per a tota la ciutadania. El lema reflecteix aquesta visió, on l'art en l'educació es transforma en una eina poderosa d'aprenentatge i alliberació.

Els valors de ConArte Internacional inclouen la inclusió, la creativitat i la igualtat. El lema posa èmfasi en la idea que l'art aporta llum, simbolitzant esperança cap a un món més artístic.

→ Hastags

- **#DretALArt:** Posa èmfasi en l'art com a dret fonamental dins l'educació alineant-se amb la missió del projecte.
- **#ArtALesAules:** Mostra el valor de la inclusió i la visió d'integrar l'art a les aules, assegurant que tot l'alumnat tingui accés a la cultura i a l'educació artística.
- **#CulturaEnEducació:** Promou la inclusió d'estudis culturals en els currículums educatius.
- **#ArtPerATothom:** La defensa incondicional per a l'accés universal a les arts artístiques.

- **#ArtsInclusives:** Fomenta la inclusió de tots i totes, independentment de les capacitats, físiques, cognitives o emocionals, eliminant les barreres que limiten l'accés a les arts.

3 Definició de l'estratègia comunicativa

Mitjançant la definició clara d'objectius de comunicació elaborats a través de l'anàlisi CAME, podem garantir que cada acció de comunicació contribueixi de manera efectiva al compliment dels objectius del projecte. Això implica definir el contingut rellevant per a cada audiència destacada.

L'objectiu general de l'estratègia de comunicació és:

Establir objectius clars de comunicació i desenvolupar un pla estratègic detallat que inclogui canals, contingut i audiència específics.

Aquesta estratègia general¹ serveix com a eix central que dona cohesió a totes les altres estratègies de comunicació.

Objectius específics: Cadascuna de les estratègies identificades en el CAME té un objectiu que guia les accions de l'estratègia general.

- **Estratègia ofensiva: OE1.** Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona.
- **Estratègia de reorientació: OE2.** Augmentar el recolzament institucional a ConArte Internacional per enfortir l'oferta cultural al territori.
- **Estratègia defensiva: OE3.** Millorar el posicionament i la imatge de marca de ConArte Internacional entre el sector cultural català.
- **Estratègia de supervivència: OE4.** Captar l'atenció de nous públics i reforçar els lligams amb els públics que ja tenim.

¹ Anomenada E12 a la Síntesi CAME.

3.1 Disseny de les estratègies de comunicació

Les estratègies corresponen a les identificades en el punt anterior per l'anàlisi del CAME. Es realitzen les diferents fases del disseny de la campanya en cadascuna d'elles.

3.1.1 Estratègia de comunicació ofensiva: OE1 Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona

Per a l'estratègia OE1 es realitzen els passos dissenyats segons les necessitats específiques del públic objectiu. Això inclou una anàlisi detallat dels nostres stakeholders i l'aplicació de tècniques de comunicació i activitats específiques per aquesta estratègia.

Taula 3: Anàlisi de públics

Stakeholders	Caracterització
Stakeholders 1. Nous centres educatius de la província de Girona	<ul style="list-style-type: none">Centres educatius de màxima complexitat.Centres educatius de l'àmbit rural.Centres amb un equip directiu que aposti per les arts.
Stakeholders 2. Centres educatius del projecte ConArte.	<ul style="list-style-type: none">Centres educatius amb una gran diversitat cultural, amb un equip directiu que aposta pel projecte i per les arts a les aules.Actualment tenim 4 centres educatius públics a Figueres i 3 a Salt.
Stakeholders 3. Ajuntaments de la província de Girona.	<ul style="list-style-type: none">Ajuntaments on a la seva ciutat existeixen centres educatius amb màxima complexitat i/o escoles rurals.Que duen a terme unes polítiques educatives que aposten estratègicament per la inclusió social i els drets culturals.
Stakeholders 4. Ajuntaments que donen suport al projecte.	<ul style="list-style-type: none">Aquells que es troben a Educació 360°, entre d'altres, i que estan duent a terme unes polítiques educatives que aposten estratègicament per la inclusió social i els drets culturals.Actualment treballem amb els Ajuntaments de Salt i Figueres.
Stakeholders 5. Administració pública autonòmica	<ul style="list-style-type: none">Diputació de Girona, Departament d'Educació i Departament de cultura de la Generalitat de Catalunya.

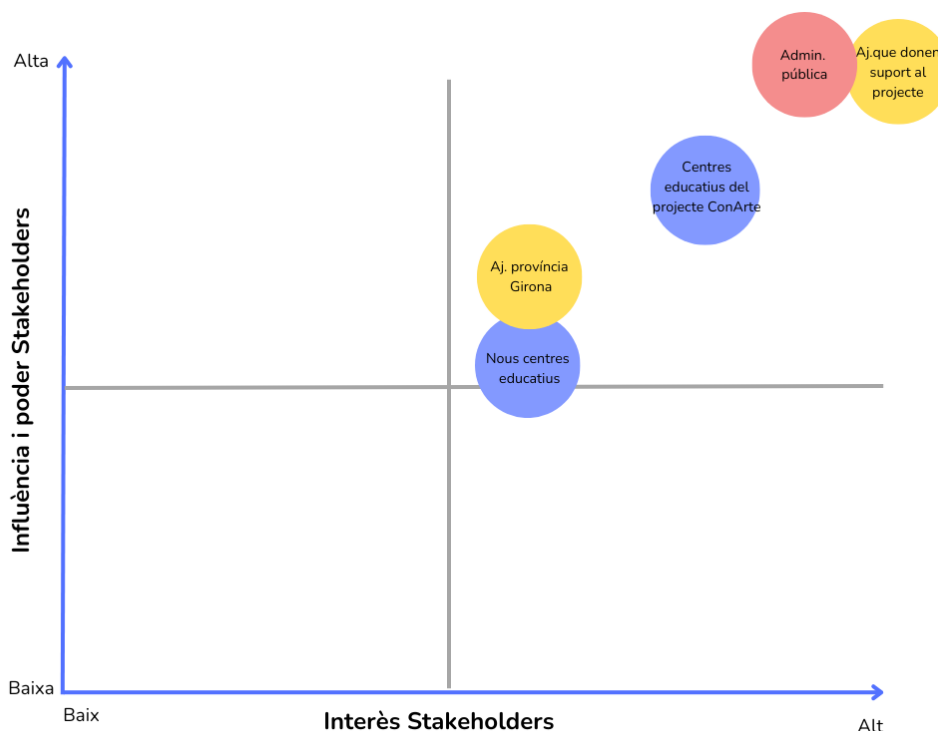
Font: Elaboració pròpia

A continuació, es realitza el mapa dels stakeholders que ofereix informació sobre el nostre públic analitzat per a l'estratègia ofensiva I: Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la província de Girona.

→ Mapa dels Stakeholders

És essencial comprendre i analitzar l'interès i la influència dels stakeholders. Aquest apartat se centra en definir aquests conceptes i amb la importància a la planificació i execució de l'estratègia.

II Il·lustració 6: Mapa stakeholders



Font: Elaboració pròpia

Els públics involucrats en aquest projecte són claus pel èxit i impacte que pot causar al projecte. A continuació definim els stakeholders destacats i la seva rellevància:

- **Centres educatius que formen part del projecte ConArte:** Aquests centres han mostrat el seu compromís i interès en l'educació artística. La seva experiència i contribució és essencial per al desenvolupament del projecte. Actualment col·laboren amb ConArte Internacional 4 centres escolars públics a Figueres i 3 a Salt.
- **Ajuntaments que donen suport al projecte ConArte:** Són els Ajuntaments de Salt i Figueres. El seu suport reforça la importància de les arts en l'educació i ajuda a perdurar el projecte a la ciutat i les seves escoles. També col·laboren amb el projecte de manera financera per a poder seguir treballant amb aquests centres.
- **Administració pública autonòmica:** La implicació de les institucions garanteix que el projecte tingui el suport necessari. Això inclou recursos financers, reconeixement i una aliança amb les polítiques educatives i culturals a Catalunya. Aquest suport és cabdal per assegurar que el projecte creix exponencialment.

- **Nous centres educatius a la província de Girona:** Aquests centres educatius són importants, ja que representen una gran oportunitat per a l'expansió del projecte. Aquests centres educatius públics poden ser d'un perfil més rural i amb diferents nivells de complexitat educativa.
- **Ajuntaments de la província de Girona:** Els ajuntaments tenen un paper clau, ja que poden proporcionar suport logístic, polític i financer. Les seves polítiques educatives poden influir positivament en la implementació i sostenibilitat del projecte.

DISSENY DE L'ESTRATÈGIA OE1: CAPTACIÓ DE PÚBLICS

Els stakeholders més rellevants per a dur a terme el disseny de l'estratègia són: Els centres escolars de la província de Girona i ajuntaments que ja donen suport al projecte ConArte Internacional.

Taula 4: Disseny de l'estratègia OEI

Públics	Activitats /Accions
Stakeholder 1. Centres escolars de la província de Girona.	<p>A1.OE1.S1. Presentar l'oferta de ConArte a 30 centres escolars de la província de Girona a través d'email marketing.</p> <p>A2.OE1.S1.S3. Presentar les mostres escolars a representants dels ajuntaments i escoles de la província de Girona que encara no participen en el projecte i a les representants de centres escolars que tampoc participen en el projecte.</p>
Stakeholder 4. Ajuntaments que donen suport al projecte.	A1.OE1.S4. Consolidar i aconseguir el suport triennal dels Ajuntaments de Figueres i Salt mitjançant una reunió de presentació de resultats.

Font: Elaboració pròpia

Aquets stakeholders són els més importants per a dur a terme el disseny de l'estratègia OEI. Els **ajuntaments** que donen suport, són claus en el manteniment del projecte ConArte, ja que la seva col·laboració és fonamental per proporcionar finançament directe o indirecte, mitjançant subvencions i ajuts econòmics. D'altra banda, tenen la capacitat de garantir infraestructures i recursos locals, com espais públics per a les activitats.

Els **centres escolars** que encara no formen part del projecte ConArte Internacional, però que poden ser possibles clients, també són un públic clau en aquesta estratègia. La seva incorporació és vital, ja que atraure nous centres escolars amplia el mercat potencial de ConArte, augmentant la base de clients i les oportunitats de creixement.

DISSENY DE LES ACTIVITATS

Realitzem les fitxes de les activitats anteriors per aprofundir més la informació. Aquestes fitxes ens permeten tenir una visió més detallada i estructurada del contingut.

Taula 5: Disseny de l'activitat: Presentar l'oferta de ConArte a 30 centres escolars de la província de Girona a través de email marketing (AI.OEI.SI.)

A1. OE1. S1. PRESENTAR L'OFERTA DE CONARTE A 30 CENTRES ESCOLARS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA A TRAVÉS D'EMAIL MARKETING			
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE1. Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona.		
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none">• 30 Centres escolars de la Província de Girona (nº total de centres escolars de màxima complexitat dins de la Província de Girona).• Ajuntaments de la Província de Girona on s'insereixen aquests 30 centres escolars.	STAKEHOLDERS IMPLICATS	<ul style="list-style-type: none">• Els 7 centres escolars que formen part de ConArte (Figueres i Salt).• Els 2 ajuntaments que ja formen part del projecte (Salt i Figueres).
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ			
La presentació de l'oferta de Conarte Internacional a diferents centres escolars de màxima complexitat de les comarques gironines a través del email marketing personalitzat.			
<ul style="list-style-type: none">• Segmentació del públic objectiu: Abans d'enviar emails o newsletters, es realitzarà una segmentació del públic objectiu per assegurar que el missatge sigui rellevant per a cada grup segmentat (segons la preferència d'art que vulgui ser enfocat: dansa, arts escèniques...).• Personalització del contingut: El contingut es personalitzarà per adaptar-se a les necessitats i interessos de cada grup de destinataris.• Crida a l'acció clara: Cada email inclourà una crida a l'acció clara i persuasiva que animi els destinataris a prendre mesures, com ara possibles col·laboracions, concertar una reunió per obtenir més informació o visitar el lloc web de l'entitat.			
DIFUSIÓ ONLINE:		DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ:	
<ul style="list-style-type: none">• Enviament de les Newsletters al nostre públic objectiu: Nous centres escolars + Nous Ajuntaments d'interès.• Promoció del projecte a les xarxes socials (Instagram) utilitzant anuncis de pagament.		<ul style="list-style-type: none">• Publicació d'articles i/o entrevistes a participants de ConArte als diaris de la Província de Girona a final de la temporada escolar (Maig - Juny).	
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS	
<ul style="list-style-type: none">• Coordinació del projecte.• Coordinació de comunicació i marketing del projecte.	<ul style="list-style-type: none">• Calendari d'acció i comunicació.• Material promocional: Bulletins.	<ul style="list-style-type: none">• Plataforma de email marketing (Mailchimp).• Base de dades de contactes.	

Font: Elaboració pròpia

Taula 6: Disseny de l'activitat: Presentar les mostres escolars a representants dels ajuntaments i escoles de la província de Girona que encara no participen en el projecte i a les representants de centres escolars que tampoc participen en el projecte (A2.OE1.S1.S3.)

A1. OE1. S1. PRESENTAR LES MOSTRES ESCOLARS A REPRESENTANTS DELS AJUNTAMENTS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA QUE ENCARA NO PARTICIPEN EN EL PROJECTE I A LES REPRESENTANTS DE CENTRES ESCOLARS QUE TAMPOC PARTICIPEN EN EL PROJECTE.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE1. Captar nous clients entre centes escolars i administracions locals de la Província de Girona.	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> Representants d'escoles de la província de Girona que encara no participen amb ConArte (Junta Directiva). Representants d'Ajuntaments de la província de Girona que encara no participen amb ConArte (Alcaldes i regidors). Representants de l'administració pública de Cultura i Educació de Catalunya. 	STAKEHOLDERS IMPLICATS <ul style="list-style-type: none"> 550 alumnes en horari lectiu + 70 alumnes d'extraescolars que participen en el projecte. Els 14 docents que participen en el projecte. Els 10 artistes que participen en el projecte.
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Participarà a la presentació de les mostres escolars, esdeveniments on l'alumnat presenta les seves creacions artístiques, practicades anteriorment amb l'artista, davant de la comunitat escolar i les seves famílies.</p> <ul style="list-style-type: none"> Seleccionar les mostres escolars més estratègiques per assistir, tenint en compte factors com la ubicació, la quantitat de públic esperat, i la presència de representants de l'administració. Organitzar petites sessions de demostració durant les mostres artístiques per mostrar en directe com treballen els artistes amb els alumnes. Permetre que els assistents experimentin algunes activitats artístiques per entendre millor l'impacte del projecte. 		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ:	
<ul style="list-style-type: none"> Xarxes socials: <ol style="list-style-type: none"> Utilitzar anuncis segmentats per arribar als responsables d'educació i cultura de la província de Girona. Compartir testimonis d'alumnes, docents i famílies que ja han participat en les mostres. Email marketing : <ol style="list-style-type: none"> Invitació (newsletter) als nostres stakeholders destinataris. Incloure enllaços a vídeos, articles i esdeveniments per facilitar l'accés a més informació. Pàgina web: <ol style="list-style-type: none"> Utilitzar SEO per assegurar que la pàgina sigui fàcilment trobada per aquells que busquen informació sobre educació artística a Girona. 	<ul style="list-style-type: none"> Notes de premsa Diari Punt Avui i Diari de Girona: <ol style="list-style-type: none"> Redactar i enviar notes de premsa als principals diaris i revistes locals i regionals de Girona. Incloure informació sobre les dates i ubicacions de les mostres escolars, així com testimonis i beneficis del projecte. Entrevistes i reportatges: <ol style="list-style-type: none"> Contactar amb emissores de ràdio i canals de TV locals per oferir entrevistes amb representants del projecte. Proposar la realització de reportatges sobre les mostres escolars, inclouent entrevistes amb alumnes, professors, i artistes. 	
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Coordinació del projecte. Coordinació de comunicació del projecte. Fotògraf i videògraf. 	<ul style="list-style-type: none"> Equipaments per a les mostres: Escenari, altaveus, micròfons, etc. Equip de gravació. 	<ul style="list-style-type: none"> Publicitat online. Base de dades de contactes. Plataforma de email marketing. Plataforma de les xarxes socials .

Font: Elaboració pròpia

Taula 7: Disseny de l'activitat Consolidar i aconseguir el suport triennal dels Ajuntaments de Figueres i Salt mitjançant una reunió de presentació de resultat (AI.OE1.S4.)

A1. OE1. S4. CONSOLIDAR I ACONSEGUIR EL SUPORT TRIENNAL DELS AJUNTAMENTS DE FIGUERES I SALT MITJANÇANT UNA REUNIÓ DE PRESENTACIÓ DE RESULTATS.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE1. Captar nous clients entre centes escolars i administracions locals de la Província de Girona.	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> Ajuntaments de Figueres i Salt. Administracions locals de la província. 	STAKEHOLDERS IMPLICATS <ul style="list-style-type: none"> L'equip de ConArte Internacional. Els 10 artistes de ConArte Internacional. 550 alumnes en horari lectiu + 70 alumnes d'extraescolars que participen en el projecte + famílies de l'alumnat. Equipaments culturals associats al projecte.
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Aquesta activitat implica una reunió formal on es presentaran els resultats del projecte ConArte, destacant els impactes positius i els beneficis per a la comunitat escolar i cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> Objectiu: Convèncer els Ajuntaments de Figueres i Salt de la importància i l'eficàcia del projecte ConArte, assegurant el seu suport triennal a través d'una reunió de presentació de resultats. <p>La presentació inclourà informes detallats, testimonis i materials visuals atractius per convèncer els stakeholders destinataris de la importància i eficàcia del projecte, amb l'objectiu de consolidar el seu suport triennal.</p>		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ:
<ul style="list-style-type: none"> Actualitzar pàgina web: Publicació d'articles detallant l'objectiu de la reunió, els resultats del projecte ConArte i testimonis dels participants. Participació a les xarxes socials. Obrir LinkedIn: Parlar del projecte des d'un àmbit més empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Dossiers informatius: Creació de dossiers amb informació detallada sobre els resultats del projecte i els beneficis de la col·laboració, per distribuir durant la reunió. Esdeveniments i presentacions: <ol style="list-style-type: none"> Tallers i Sessions Informatives: Realització de tallers en centres escolars per mostrar els beneficis del projecte i promoure la 	<ul style="list-style-type: none"> Enviament de Notes de Premsa: Redacció i enviament de notes de premsa a mitjans locals i regionals destacant l'activitat i els objectius de la reunió. Seguiment i Relacions Públiques: Contacte directe amb periodistes i redactors per assegurar la cobertura de l'esdeveniment.
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Equip de ConArte Internacional. Els 10 artistes i els 14 educadors. Famílies participants en el projecte. 	<ul style="list-style-type: none"> Materials gràfics impresos. Material audiovisual. Equipament per a la reunió. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataformes per a la presentació de la reunió (Powerpoint). Plataforma de email marketing. Sistema de gestió de contactes.

Font: Elaboració pròpia

Les tres activitats presenten una consistent estratègia de comunicació i són fonamentals en l'expansió i consolidació del projecte dins de la província de Girona. Mitjançant la contractació de noves escoles, la presentació de mostres artístiques i el suport institucional, ens garanteix un projecte creixent i, per tant, arribar a més infants de la província de Girona.

3.1.2 Estratègia de comunicació de reorientació: OE2 Augmentar el suport comunitari i institucional

Per a l'estratègia OE2, es plantegen uns stakeholders concrets, que ens aportaran una utilitat clau en l'augment del suport tant institucional com comunitari.

Taula 8: Anàlisi de públics

Stakeholders	Caracterització
Stakeholders 1. Alumnes d'escoles que participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Alumnes de 3r i 4rt d'educació primària de centres educatius de màxima complexitat. • Joves d'educació secundària de centres educatius de màxima complexitat. • Província de Girona
Stakeholders 2. Alumnes d'escoles que encara no participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Alumnes d'educació primària de centres educatius de l'àmbit rural. • Alumnes d'educació primària de centres educatius de màxima complexitat. • Alumnes d'educació primària de centres educatius que aposten per les arts. • Província de Girona
Stakeholders: Famílies dels centres educatius que formen part de ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Famílies que aposten per el compromís amb l'educació artística • Involucrament actiu en el projecte, participació en les activitats i esdeveniments. • Suport a la diversitat i la inclusió social en les aules.
Stakeholders 3. Docents d'escoles que participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Docents d'escoles públiques que participen amb ConArte que aposten per les arts.
Stakeholders 4. Docents d'escoles que encara no participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Docents d'escoles públiques que aposten per les arts. • Docents que estan en escoles públiques de màxima complexitat o de l'àmbit rural.
Stakeholders 5. Artistes que participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Artistes que treballen amb pedagogies artístiques i educatives en el projecte Planters de ConArte. • Província de Girona.
Stakeholders 6. Artistes que encara no participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Artistes que treballen amb pedagogies artístiques i educatives. • Província de Girona
Stakeholders 7. Equipaments culturals que participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Equipaments culturals de proximitat els quals reconeixen la importància de promoure l'accés i la participació de la comunitat. • Participació d'equipaments com El Teatre jardí de Figueres o El Canal de Salt. • Província de Girona.
Stakeholders 8. Equipaments culturals que encara no participen amb ConArte	<ul style="list-style-type: none"> • Equipaments culturals de proximitat els quals reconeixen la importància de promoure l'accés i la participació de la comunitat. • Província de Girona.

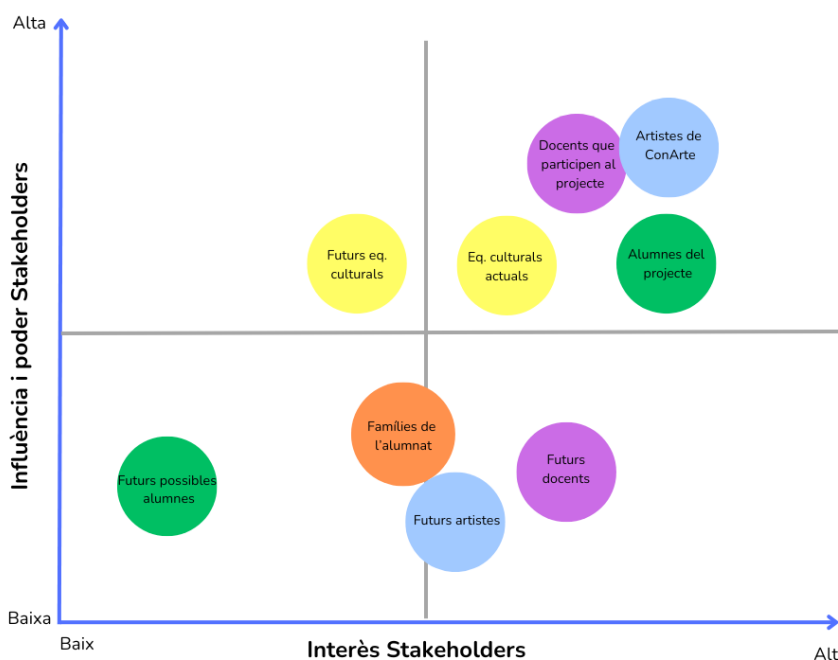
Font: Elaboració pròpia

A continuació, es realitza el mapa dels stakeholders que ofereix informació sobre el nostre públic d'interès analitzat per a l'estratègia de reorientació 2: Augmentar el recolzament institucional a ConArte Internacional per enfortir l'oferta cultural al territori.

→ Mapa dels Stakeholders

Per maximitzar l'impacte del projecte, s'ha elaborat un mapa d'interès, el qual ens permet comprendre millor les prioritats i les necessitats de cada grup de stakeholders dins de la estratègia de comunicació.

II Il·lustració 7: Mapa stakeholders



Font: Elaboració pròpia

A través d'aquest mapa, s'observa l'anàlisi de la rellevància de cada grup dins de la selecció de públics:

- **Alumnes d'escoles que participen amb ConArte Internacional:** Són els principals beneficiaris. La seva participació permet mesurar l'impacte del projecte.
- **Alumnes d'escoles que encara no participen amb ConArte Internacional:** La seva futura participació permet expandir ConArte Internacional, arribant a més alumnat i donant veu als beneficis de l'educació artística. Representen el potencial de creixement del projecte.
- **Famílies dels centres educatius que formen part de ConArte:** El seu suport i involucrament són essencials per al progrés de l'alumnat i per a la consolidació del projecte.
- **Docents d'escoles que participen amb ConArte:** Són vitals en la implementació del programa i en l'adaptació dels continguts artístics a les aules.
- **Docents d'escoles que encara no participen amb ConArte:** Representen una oportunitat per a l'expansió i millora del projecte. La seva futura participació aporta noves perspectives i dona veu al projecte a ser més conegut.

- **Artistes que participen amb ConArte:** Aporten la seva experiència pedagògica i artística, sent fonamentals per al desenvolupament de les activitats artístiques a les aules. La seva col·laboració directe amb els alumnes i docents fomenta la connexió amb l'educació i les arts. Són el pont principal entre ConArte i l'alumnat.
- **Artistes que encara no participen amb ConArte:** La seva futura participació pot aportar perspectives, idees i noves metodologies que enriqueixen l'experiència educativa i artística de l'alumnat.
- **Equipaments culturals que participen amb ConArte:** Proporcionen espais i recursos necessaris per a la realització de les activitats, com també donen a conèixer el projecte. La seva col·laboració facilita l'accés de l'alumnat a entorns culturals, ja que molts dels alumnes no tenen fàcil accés a la cultura.
- **Equipaments culturals que encara no participen amb ConArte:** La seva futura participació ofereix nous recursos, espais i col·laboracions per al projecte.

DISSENY DE L'ESTRATÈGIA OE2: AUGMENTAR EL SUPORT COMUNITARI I INSTITUCIONAL

Els stakeholders més rellevants per a dur a terme el disseny de l'estratègia són: L'alumnat d'escoles que participen amb ConArte, artistes que participen amb ConArte, docents que també participen en el projecte i equipaments culturals que no participen amb ConArte però que són un públic d'interès.

Taula 9: Disseny de l'estratègia OE2

Públics	Activitats /Accions
Stakeholders 1. Alumnes d'escoles que participen amb ConArte	A1.OE2.S1. Realització i difusió d'un vídeo testimonial del què és ConArte Internacional i què es fa en el projecte. A2.OE2.S1. Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte de l'alumnat a través d'una infografia.
Stakeholders 3. Docents d'escoles que participen amb ConArte	A1.OE2.S3. Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte dels docents a través d'una infografia.
Stakeholders 5. Artistes que participen amb ConArte	A1.OE2.S5. Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte d'artistes a través d'una infografia.
Stakeholders 8. Equipaments culturals que no participen en ConArte	A1.OE2.S8. Convocar a equipaments culturals en una trobada conjunta per demostrar els resultats d'avaluació d'impacte.

Font: Elaboració pròpia

DISSENY DE LES ACTIVITATS

Realitzem les fitxes de les activitats anteriors per aprofundir més la informació. Aquestes fitxes ens permeten tenir una visió més detallada i estructurada del contingut.

Taula 10: Disseny de l'activitat: Realització i difusió d'un vídeo testimonial del què és ConArte Internacional i què es fa en el projecte (AI.OE2.SI.)

A1. OE2. S1. REALITZACIÓ I DIFUSIÓ D'UN VÍDEO TESTIMONIAL DEL QUÈ ÉS CONARTE INTERNACIONAL I QUÈ ES FA EN EL PROJECTE.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> 30 Centres escolars de la Província de Girona ja interessats en el projecte. Ajuntaments de la província de Girona on s'insereixen aquests 30 centres escolars. Mitjans de comunicació de la província de Girona. Institucions educatives i culturals (diputació de Girona, departament de cultura, departament d'educació). 	STAKEHOLDERS IMPLICATS
		<ul style="list-style-type: none"> 550 alumnes en horari lectiu + 70 alumnes d'extraescolars que participen en el projecte 14 docents que formen part del projecte. Els 10 artistes que formen part del projecte Professionals visuals (The Jump TV).
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Per augmentar el suport comunitari i institucional de ConArte Internacional, proposem la realització i difusió d'un vídeo testimonial que mostri l'essència i l'impacte del projecte. Aquest vídeo permetrà a ConArte Internacional comunicar de manera efectiva els seus valors, objectius i els beneficis que aporta a la comunitat.</p> <ul style="list-style-type: none"> Preproducció: <ul style="list-style-type: none"> Definir els objectius específics del vídeo i els missatges clau a transmetre (què som i què fem) Identificar i contactar amb els participants del vídeo (alumnes, professors, artistes, comunitat) Redactar un guió que inclogui testimonis, activitats i imatges representatives de ConArte Planificar la logística de rodatge (localitzacions, horaris, permisos) Producció: <ul style="list-style-type: none"> Realitzar les gravacions de les entrevistes i activitats com capturar imatges i moments rellevants que il·lustrin l'impacte del projecte Difusió: <ul style="list-style-type: none"> Publicar el vídeo en el lloc web de ConArte Internacional i les seves xarxes socials (Instagram, X, YouTube) Enviar el vídeo a les institucions educatives i culturals i autoritats governamentals amb un comunicat de premsa Coordinar la difusió del vídeo amb mitjans de comunicació locals i regionals Utilitzar el vídeo en presentacions i reunions amb possibles donants i col·laboradors 		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> Promoció a Xarxes socials (Instagram, X i YouTube). Pàgina web de ConArte Internacional. Enviament per correu electrònic a la llista de distribució de ConArte. 	<ul style="list-style-type: none"> Projeccions en esdeveniments locals, escolars i comunitaris. Projecció a reunions amb institucions educatives i culturals, com també ajuntaments que encara no participen en el projecte. 	<ul style="list-style-type: none"> Enviar comunicats de premsa a diaris locals i regionals (Punt Avui, diari de Girona). Col·laborar amb ràdios i televisions locals per a la difusió del vídeo. (Ràdio Girona o Girona TV).
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Equip de ConArte Internacional. Equip de producció audiovisual (càmera, so, llumy, editor de vídeo). Participants del projecte (alumnat, docents, artistes, coordinació de ConArte). 	<ul style="list-style-type: none"> Càmeres de vídeo d'alta definició. Equip de so (micròfons, gravadors). Il·luminació. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataformes de difusió online. Equip d'emmagatzematge. Ordinadors i pantalles de projecció.

Font: Elaboració pròpia

Taula I I: Disseny de l'activitat: Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte de l'alumnat a través d'una infografia (A2. OE2. S1).

A2. OE2. S1. ACCIÓ DE COMUNICACIÓ DE VISIBILITZACIÓ DE RESULTATS D'AVALUACIÓ D'IMPACTE DE L'ALUMNAT A TRAVÉS D'UNA INFOGRAFIA.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> • 30 Centres escolars de la Província de Girona ja interessats en el projecte. • Ajuntaments de la província de Girona on s'insereixen aquests 30 centres escolars. • Institucions educatives i culturals (diputació de Girona, departament de cultura, departament d'educació). • Equipaments culturals de la província de Girona interessats en el projecte. 	STAKEHOLDERS IMPLICATS
		<ul style="list-style-type: none"> • 550 alumnes en horari lectiu + 70 alumnes d'extraescolars que participen en el projecte. • Equip de ConArte Internacional (departament de coordinació i comunicació).
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Es planteja una infografia que mostrarà de manera clara i concisa els beneficis del projecte, permetent als stakeholders comprendre l'abast i l'impacte de les activitats de ConArte. La presentació visual dels resultats facilitarà la difusió i la comprensió dels èxits aconseguits, generant un major suport i interès per part de la comunitat i les institucions.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recopilació de dades: <ul style="list-style-type: none"> _Recol·lectar i analitzar les dades d'avaluació d'impacte del projecte sobre l'alumnat. _Identificar els resultats clau que es volen destacar en la infografia. <ul style="list-style-type: none"> • Disseny de la infografia: <ul style="list-style-type: none"> _Treballar amb l'equip de comunicació del projecte per crear una infografia visualment atractiva i fàcil d'entendre. _Assegurar-se que la infografia inclogui els principals resultats d'impacte, utilitzant gràfics, icones i textos clars. <ul style="list-style-type: none"> • Revisió i aprovació: <ul style="list-style-type: none"> _Revisar el disseny de la infografia amb l'equip de ConArte Internacional per garantir la precisió i la coherència amb els missatges clau (què pensen els infants sobre ConArte i com el projecte ha repercutit en ells) <ul style="list-style-type: none"> • Difusió: <ul style="list-style-type: none"> _Presentació de les infografies a reunions pensades per a: equipaments culturals, centres escolars, ajuntaments interessats en el projecte, institucions educatives i culturals de la província de Girona, com també institucions autonòmiques (Catalunya) <p>Aquest disseny d'activitat permetrà a ConArte Internacional comunicar de manera efectiva els resultats del seu projecte, augmentant així el suport comunitari i institucional a través de la visibilització dels impactes positius sobre l'alumnat.</p> 		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> • Publicar la infografia al lloc web de ConArte Internacional. • Compartir la infografia a les xarxes socials de ConArte. • Enviar la infografia a través del butlletí electrònic als subscriptors de ConArte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuir còpies impreses de la infografia en esdeveniments escolars i comunitaris. • Presentar la infografia en reunions mencionades en la descripció de l'acció. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enviar la infografia juntament amb un comunicat de premsa als mitjans de comunicació locals i regionals. • Coordinar entrevistes amb representants de ConArte per parlar dels resultats d'impacte.
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> • Equip de ConArte Internacional. • Departament de comunicació de ConArte per realitzar el disseny gràfic de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordinadors amb programari de disseny gràfic (Adobe Illustrator, Photoshop) • Materials d'impressió per a les còpies físiques de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plataformes de difusió online (xarxes socials, lloc web, correu electrònic). • Eines d'anàlisi de dades per recopilar i processar els resultats d'impacte. • Equips d'impressió d'alta qualitat per a les versions físiques de la infografia.

Font: Elaboració pròpia

Taula 12: Disseny de l'activitat: Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte dels docents a través d'una infografia (A1. OE2. S3.)

A2. OE2. S1. ACCIÓ DE COMUNICACIÓ DE VISIBILITZACIÓ DE RESULTATS D'AVALUACIÓ D'IMPACTE DELS DOCENTS A TRAVÉS D'UNA INFOGRAFIA.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> 30 Centres escolars de la Província de Girona ja interessats en el projecte. Ajuntaments de la província de Girona on s'insereixen aquests 30 centres escolars. Institucions educatives i culturals (diputació de Girona, departament de cultura, departament d'educació). Equipaments culturals de la província de Girona interessats en el projecte. 	STAKEHOLDERS IMPLICATS
		<ul style="list-style-type: none"> Els 14 docents que formen part del projecte. Equip de ConArte Internacional (departament de coordinació i comunicació).
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Es planteja una infografia que mostrarà de manera clara i concisa els beneficis del projecte, permetent als stakeholders comprendre l'abast i l'impacte de les activitats de ConArte. La presentació visual dels resultats facilitarà la difusió i la comprensió dels èxits aconseguits, generant un major suport i interès per part de la comunitat i les institucions.</p> <ul style="list-style-type: none"> Recopilació de dades: <ul style="list-style-type: none"> _Recol·lectar i analitzar les dades d'avaluació d'impacte del projecte sobre els docents. _Identificar els resultats clau que es volen destacar en la infografia. Disseny de la infografia: <ul style="list-style-type: none"> _Treballar amb l'equip de comunicació del projecte per crear una infografia visualment atractiva i fàcil d'entendre. _Assegurar-se que la infografia inclogui els principals resultats d'impacte, utilitzant gràfics, icones i textos clars. Revisió i aprovació: <ul style="list-style-type: none"> _Revisar el disseny de la infografia amb l'equip de ConArte Internacional per garantir la precisió i la coherència amb els missatges clau (què pensen els docents sobre ConArte i com el projecte ha repercutit en ells i en el seu alumnat) Difusió: <ul style="list-style-type: none"> _Presentació de les infografies a reunions pensades per a: equipaments culturals, centres escolars, ajuntaments interessats en el projecte, institucions educatives i culturals de la província de Girona, com també institucions autonòmiques (Catalunya) <p>Aquest disseny d'activitat permetrà a ConArte Internacional comunicar de manera efectiva els resultats del seu projecte, augmentant així el suport comunitari i institucional a través de la visibilització dels impactes positius sobre els docents i com ells han vist la repercussió del projecte en el seu alumnat.</p>		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> Publicar la infografia al lloc web de ConArte Internacional. Compartir la infografia a les xarxes socials de ConArte. Enviar la infografia a través del butlletí electrònic als subscriptors de ConArte. 	<ul style="list-style-type: none"> Distribuir còpies impreses de la infografia en esdeveniments escolars i comunitaris. Presentar la infografia en reunions mencionades en la descripció de l'acció. 	<ul style="list-style-type: none"> Enviar la infografia juntament amb un comunicat de premsa als mitjans de comunicació locals i regionals. Coordinar entrevistes amb representants de ConArte per parlar dels resultats d'impacte.
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Equip de ConArte Internacional. Departament de comunicació de ConArte per realitzar el disseny gràfic de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> Ordinadors amb programari de disseny gràfic (Adobe Illustrator, Photoshop). Materials d'impressió per a les còpies físiques de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataformes de difusió online (xarxes socials, lloc web, correu electrònic). Eines d'anàlisi de dades per recopilar i processar els resultats d'impacte. Equips d'impressió d'alta qualitat per a les versions físiques de la infografia.

Font: Elaboració pròpia

Taula 13: Disseny de l'activitat: Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte d'artistes a través d'una infografia (A1. OE2. S5.)

A2. OE2. S1. ACCIÓ DE COMUNICACIÓ DE VISIBILITZACIÓ DE RESULTATS D'AVALUACIÓ D'IMPACTE DELS ARTISTES A TRAVÉS D'UNA INFOGRAFIA.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> 30 Centres escolars de la Província de Girona ja interessats en el projecte. Ajuntaments de la província de Girona on s'insereixen aquests 30 centres escolars. Institucions educatives i culturals (diputació de Girona, departament de cultura, departament d'educació). Equipaments culturals de la província de Girona interessats en el projecte. 	STAKEHOLDERS IMPLICATS
		<ul style="list-style-type: none"> Els 10 artistes que formen part del projecte. Equip de ConArte Internacional (departament de coordinació i comunicació).
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Es planteja una infografia que mostrarà de manera clara i concisa els beneficis del projecte, permetent als stakeholders comprendre l'abast i l'impacte de les activitats de ConArte. La presentació visual dels resultats facilitarà la difusió i la comprensió dels èxits aconseguits, generant un major suport i interès per part de la comunitat i les institucions.</p> <ul style="list-style-type: none"> Recopilació de dades: <ul style="list-style-type: none"> _Recol·lectar i analitzar les dades d'avaluació d'impacte del projecte sobre els artistes que treballen a les aules amb els infants que participen en el projecte. _Identificar els resultats clau que es volen destacar en la infografia. <ul style="list-style-type: none"> Disseny de la infografia: <ul style="list-style-type: none"> _Treballar amb l'equip de comunicació del projecte per crear una infografia visualment atractiva i fàcil d'entendre. _Assegurar-se que la infografia inclogui els principals resultats d'impacte, utilitzant gràfics, icones i textos clars. Revisió i aprovació: <ul style="list-style-type: none"> _Revisar el disseny de la infografia amb l'equip de ConArte Internacional per garantir la precisió i la coherència amb els missatges clau (que pennisen els artistes sobre ConArte i com el projecte ha repercutit en ells i en l'alumnat) Difusió: <ul style="list-style-type: none"> _Presentació de les infografies a reunions pensades per a: equipaments culturals, centres escolars, ajuntaments interessats en el projecte, institucions educatives i culturals de la província de Girona, com també institucions autonòmiques (Catalunya) <p>Els artistes poder observar de primera mà l'impacte positiu que té el projecte cap a l'alumnat. Gràcies a aquest disseny d'activitat, podran comunicar de manera efectiva els resultats del seu treball, aconseguint així un augment significatiu del suport comunitari i institucional.</p> 		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> Publicar la infografia al lloc web de ConArte Internacional. Compartir la infografia a les xarxes socials de ConArte. Enviar la infografia a través del butlletí electrònic als subscriptors de ConArte. 	<ul style="list-style-type: none"> Distribuir còpies impreses de la infografia en esdeveniments escolars i comunitaris. Presentar la infografia en reunions mencionades en la descripció de l'acció. 	<ul style="list-style-type: none"> Enviar la infografia juntament amb un comunicat de premsa als mitjans de comunicació locals i regionals. Coordinar entrevistes amb representants de ConArte per parlar dels resultats d'impacte.
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Equip de ConArte Internacional. Els 10 artistes que participen en el projecte. Departament de comunicació de ConArte per realitzar el disseny gràfic de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> Ordinadors amb programari de disseny gràfic (Adobe Illustrator, Photoshop). Materials d'impressió per a les còpies físiques de la infografia. 	<ul style="list-style-type: none"> Plataformes de difusió online (xarxes socials, lloc web, correu electrònic). Eines d'anàlisi de dades per recopilar i processar els resultats d'impacte. Equips d'impressió d'alta qualitat per a les versions físiques de la infografia.

Font: Elaboració pròpia

Taula 14: Disseny de l'activitat: Convocar a equipaments culturals en una trobada conjunta per demostrar els resultats d'avaluació d'impacte (A1. OE2. S8).

A1. OE2. S8. CONVOCAR A EQUIPAMENTS CULTURALS EN UNA TROBADA CONJUNTA PER DEMOSTRAR ELS RESULTATS D'AVALUACIÓ D'IMPACTE.		
OBJECTIU AL QUI CONTRIBUEIX L'ACCIÓ	OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional	
STAKEHOLDERS DESTINATARIS	<ul style="list-style-type: none"> Equip directiu i responsables dels equipaments culturals de la província de Girona. Institucions educatives i culturals de la província de Girona. Representants d'administracions públiques locals i regionals. Mitjans de comunicació locals (Punt Avui, Diari Girona, Girona TV). 	STAKEHOLDERS IMPLICATS
		<ul style="list-style-type: none"> Equip de coordinació de ConArte Internacional. Representants d'equipaments culturals que participen en el projecte (actualment són 4). Equip directiu dels 7 centres escolars que actualment participen en el projecte. Els 10 artistes que actualment participen en el projecte.
DESCRIPCIÓ DE L'ACCIÓ		
<p>Organitzar una trobada conjunta amb equipaments culturals de la província de Girona on es presentaran els resultats de l'avaluació d'impacte del projecte Conarte Internacional.</p> <p>Aquesta trobada tindrà com a objectius principals:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mostrar els èxits i aprenentatges del projecte: <ul style="list-style-type: none"> _Presentació dels resultats quantitatius i qualitius obtinguts durant el desenvolupament del projecte a través dels resultats d'avaluació d'impacte de l'alumnat, docents i artistes. _Anàlisi de les metodologies utilitzades i dels reptes superats. _Comparativa dels objectius inicials amb els resultats finals per destacar els avenços aconseguits. Facilitar un espai de debat i reflexió entre els diferents actors culturals: <ul style="list-style-type: none"> _Organització de taules rodones i fòrums de discussió temàtics. _Invitació a experts i professionals del sector cultural per aportar perspectives diverses. _Espais de networking per a l'intercanvi d'idees. _Sessions de preguntes i respostes per fomentar la participació activa del públic. Promoure noves col·laboracions entre els participants: <ul style="list-style-type: none"> _Identificació de possibles aliances entre equipaments culturals, institucions i organitzacions comunitàries. _Establiment de contactes per a la creació de xarxes de suport i cooperació continuada. Generar visibilitat i reconeixement públic del treball realitzat: <ul style="list-style-type: none"> _Cobertura mediàtica per donar a conèixer els resultats i impacte del projecte. _Elaboració de materials visuals (vídeos, infografies) per a la difusió en xarxes socials i altres plataformes. _Invitació a representants institucionals i líders d'opinió per augmentar el reconeixement. _Utilització de testimonis i històries personals per connectar amb el públic i mostrar l'impacte humà del projecte. 		
DIFUSIÓ ONLINE:	DIFUSIÓ OFFLINE:	DIFUSIÓ MITJANS DE COMUNICACIÓ
<ul style="list-style-type: none"> Xarxes socials (Instagram i X) amb campanyes específiques per promoure la trobada. Pàgina web del projecte amb un apartat dedicat a la trobada. Newsletters enviades a la base de dades de contactes. 	<ul style="list-style-type: none"> Cartells i fullets distribuïts en equipaments culturals i espais comunitaris promocionant la trobada. 	<ul style="list-style-type: none"> Notes de premsa enviades a mitjans locals i regionals (Punt Avui, Diari de Girona). Cobertura en ràdios i televisions locals. Articles en revistes culturals i diaris.
RECURSOS HUMANS	RECURSOS MATERIALS	RECURSOS TÈCNICS
<ul style="list-style-type: none"> Coordinadors del projecte. Departament de comunicació i màrqueting del projecte. Fotògraf + videògraf freelance. Equip de suport logístic i material. 	<ul style="list-style-type: none"> Cartells, fullets informatius, programes de la trobada. Material de presentació (diapositives, vídeos). Subministraments per a l'esdeveniment (aigua, refrigeris, seients). 	<ul style="list-style-type: none"> Equip d'àudio i vídeo per a presentacions. Plataformes de streaming per a retransmissió en línia. Ordinadors portàtils i projectors.

Font: Elaboració pròpia

Aquestes activitats de comunicació estan pensades i dissenyades per augmentar la visibilitat del projecte, demostrar l'impacte positiu de les seves accions i augmentar la confiança dels grups d'interès. La combinació de mitjans visuals i esdeveniments en directe crea una estratègia sòlida, assegurant que el missatge de ConArte Internacional es comunica de manera eficaç a diferents públics.

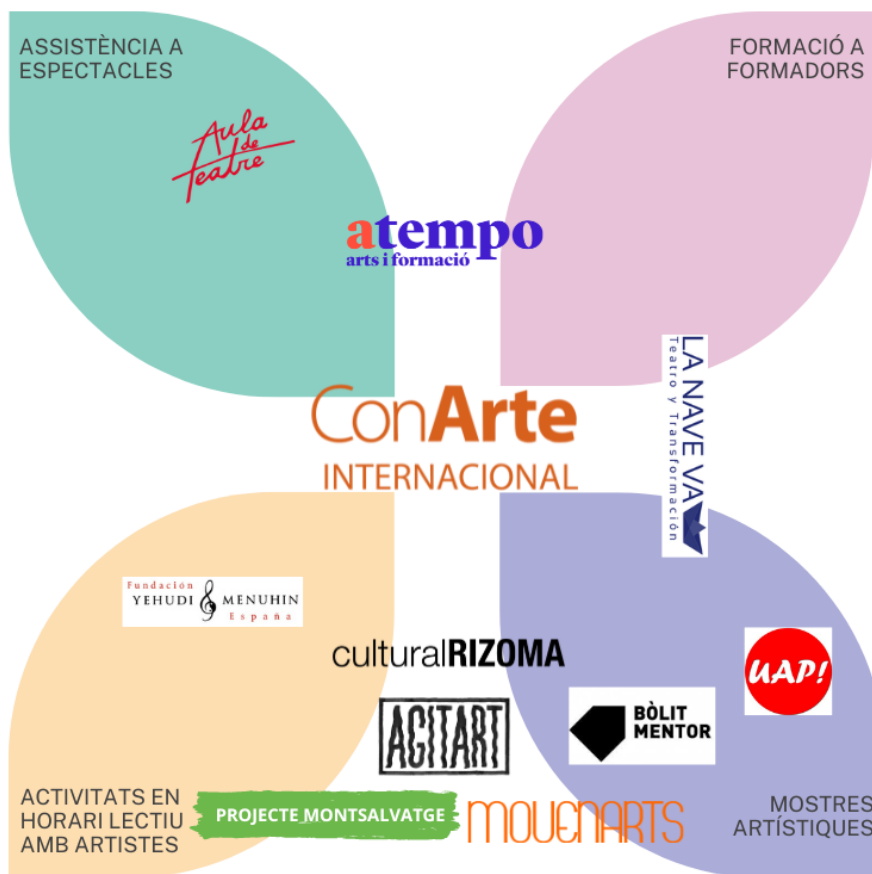
3.1.3 Estratègia de comunicació defensiva: Millorar el posicionament i la imatge de marca de ConArte Internacional

ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

Dins de la província de Girona, ConArte Internacional s'enfronta a una competència significativa de projectes estables que ofereixen activitats artístiques. Aquesta competència inclou una varietat d'iniciatives que poden assolir diferents disciplines artístiques promovent també l'educació artística i cultural a les aules.

En l'estratègia comunicació, és essencial comprendre i analitzar la competència. Aquest apartat se centra en definir les organitzacions que ofereixen els mateixos serveis que ConArte Internacional. El gràfic que apareix a continuació es basa en els 4 serveis que proporciona ConArte Internacional.

Gràfic 1: Anàlisi de la competència segons serveis oferts



Font: Elaboració pròpia

Com podem observar, ConArte Internacional és l'únic projecte que abasteix els 4 serveis exposats a la gràfica.

Taula 15: Els 4 serveis oferts per ConArte Internacional

Assistència a espectacles	Implica convidar a l'alumnat a veure espectacles de diferents disciplines artístiques, com ara teatre, música, dansa i arts visuals. Això permet fomentar l'apreciació de les arts i la cultura.
Formació a formadors	Des de ConArte Internacional es generen formacions amb metodologies artístiques per als docents de les escoles que formen part del projecte, proporcionant així eines i recursos pedagògics i millorar les habilitats dels docents en l'àmbit artístic.
Activitats en horari lectiu amb artistes	Artistes treballen amb l'alumnat durant el curs escolar (en horari lectiu) fomentant activitats artístiques, ja sigui música, dansa o arts escèniques. Tot el que s'ha treballat a l'aula, acaba demostrat en una mostra final.
Mostres artístiques	Esdeveniments on l'alumnat presenta les seves creacions artístiques, practicades anteriorment amb l'artista a l'aula, davant de la comunitat escolar i les seves famílies. Es crea un espai de reconeixement del treball dels alumnes amb una cohesió social i un sentiment de comunitat en les arts.

Font: Elaboració pròpia

Aquests punts són essencials per entendre l'enfocament i l'impacte del projecte. ConArte Internacional és l'únic programa que ofereix tots aquests serveis, això és el que el diferencia de la competència. Cap iniciativa cultural i educativa a la província de Girona ofereix un llistat d'activitats artístiques i educatives tant complet.

RESULTATS D'ANÀLISI RESPECTE LA COMPETÈNCIA

Els projectes ATempo i La Nave Va són iniciatives culturals i educatives semblants a ConArte Internacional, però cadascun té el seu enfocament i objectius específics. La comparació d'aquests projectes amb ConArte Internacional ens ajuden a identificar altres perspectives que es poden adaptar i implementar en el projecte.

Taula 16: Resultats d'anàlisi respecte la competència

Aspectes	ConArte Internacional	ATempo Arts i Formació	La Nave Va Teatre i formació
Aspectes positius			
Abast territorial	Província de Girona	Presència a Girona i Salt	Província de Girona i Barcelona
Assistència a espectacles	Acompanyament de l'alumnat a assistir a espectacles per a que l'alumnat faci vincle amb la cultura i l'art. Es creen col·laboracions amb equipaments culturals per oferir a l'alumnat descomptes i facilitar l'accés cultural	Ofereixen espectacles en els centres educatius però també conviden a l'alumnat a assistir espectacles	Ofereixen espectacles als centres educatius en horari lectiu
Presència continuada	Presència mínima de 2 anys a cada aula	Presència puntual amb tallers de curta durada	Presència puntual amb tallers de curta/mitja

Aspectes	ConArte Internacional	ATempo Arts i Formació	La Nave Va Teatre i formació
en horari lectiu			durada (màxim 1 trimestre)
Formació de formadors	Dissenyen propostes formatives integrals (seminaris) obertes al públic Ofereixen formacions específiques per a professionals del sector cultural / educatiu i organitzen grups de treball (Espais de formació de 15 hores anuals on participen docents i artistes implicats en el projecte)	Dissenyen propostes formatives integrals (seminaris)	Ofereixen diversos tallers només a docents
Mostres amb alumnat	Realització de mostres anuals de manera recurrent amb l'alumnat que participa amb el projecte (550 alumnes i 70 alumnes d'extraescolars)	Realització de mostres de manera molt puntual amb escoles i artistes. (Només ho han fet 2 cops)	No organitzen mostres artístiques
Aspectes negatius			
Comunicació	Estratègia de comunicació poc definida	Departament comunicació més consolidat	Estratègia de comunicació poc definida
Pressupost	Pressupost inestable a causa de la dependència exclusiva de subvencions	Pressupost i recursos econòmics més estables	Es manté per subvencions
Diversificació	1 format: Projecte de mediació artística anomenat "Planters"	Més diversitat de formats d'intervenció a les aules: Ofereixen tallers amb un ventall més ampli (tallers de salut mental)	Més diversitat de formats d'intervenció a les aules: Ofereixen tallers amb un ventall més ampli
Centes escolars	Només treballen amb escoles d'alta complexitat	Treballen amb tot tipus d'escoles	Treballen amb tot tipus d'escoles

Font: Elaboració pròpia

PROPOSTA DE MILLORA EL POSICIONAMENT DE CONARTE INTERNACIONAL RESPECTE LA COMPETÈNCIA

A través dels resultats d'anàlisi respecte la competència, destaquem aspectes negatius els quals l'organització ha d'enfrontar-se per tal de millorar el seu posicionament. La següent taula, proporciona una visió clara de les accions necessàries per enfortir aquest posicionament i assegurar un creixement positiu del projecte.

Taula 17: Proposta de millora per al posicionament de ConArte Internacional

Aspecte	Descripció	Solució i estratègia
Comunicació	Estratègia de comunicació poc definida	Desenvolupar una estratègia de comunicació, un dossier corporatiu , presència activa a les xarxes socials i en els mitjans de comunicació.
Pressupost	Pressupost inestable	Diversificar les fonts de finançament amb la recerca de patrocinadors privats.
Diversificació	l'únic projecte de mediació artística: "Planters"	Desenvolupar nous formats i projectes amb una visió artística.
Centres escolars	Escoles d'alta complexitat	Ampliar el projecte a escoles de diversos nivells (culturals, econòmics, territorials, etc.) de la província de Girona.

Font: Elaboració pròpia

Amb aquestes accions, el projecte no només es podrà mantenir, sinó que també millorarà i es podrà expandir a la comunitat dins de la província de Girona.

→ Fitxa de Dossier Corporatiu

Actualment, ConArte Internacional es troba sense un dossier corporatiu formalitzat. Aquest document és essencial, ja que conté informació detallada del projecte. Aquesta falta de document pot comportar diverses limitacions per a l'organització en termes de comunicació i imatge de marca.

A continuació, es mostrarà una taula explicativa i detallada de la composició del dossier corporatiu, on apareixen els elements essencials que hauria d'incloure:

Taula 18: Taula expectativa del dossier corporatiu

Selecció	Descripció detallada	Elements essencials
Portada	Presentació inicial del dossier. Inclou el nom ConArte Internacional, logotip i la data de publicació.	_Nom de l'organització _Logotip _Data de publicació
Índex	Llista de totes les seccions del dossier.	_Llista de seccions _Número de pàgines
Introducció	Breu presentació de ConArte, objectius i la importància de la realització del dossier corporatiu.	_Visió general del projecte _Objectius principals _Importància del document
Història i missió	Descripció de la història del projecte, juntament amb els seus valors, missió i visió.	_Història de l'organització _Missió _Visió _Valors
Equip directiu	Presentació de l'equip de ConArte amb els rols que pertocuen dins de l'organització.	_Noms i fotos de l'equip directiu _Noms i fotos de la junta directiva _Noms i fotos dels artistes _Rols i responsabilitats

Selecció	Descripció detallada	Elements essencials
Projectes	Descripció detallada dels projectes actuals, incloent els objectius, els beneficis i resultats esperats.	<ul style="list-style-type: none"> _ Llistat de programes i projectes _ Objectius detallats dels projectes _ Beneficis _ Resultats
Impacte i resultats	Anàlisi de resultats obtinguts amb aspectes quantitius i qualitius sobre l'impacte del projecte.	<ul style="list-style-type: none"> _ Dades obtingudes _ Gràfics de resultats
Col·laboracions	Informació sobre totes les col·laboracions realitzades amb altres organitzacions, artistes o institucions.	<ul style="list-style-type: none"> _ Llista de col·laboracions _ Descripció de cada col·laboració
Comunicació i imatge corporativa	Descripció de l'estratègia de comunicació, incloent els canals i les campanyes utilitzades, com també la imatge corporativa de ConArte Internacional.	<ul style="list-style-type: none"> _ Canals de comunicació _ Estratègia de comunicació _ Imatge corporativa
Pla estratègic	Realització i explicació del pla estratègic del projecte, amb objectius a curt i llarg termini i les accions per a complir-los.	<ul style="list-style-type: none"> _ Objectius a curt i llarg termini _ Explicació de les accions _ Cronograma per a dur a terme les accions _ Indicadors de seguiment i avaluació
Finançaments i pressupostos	Informació detallada sobre les fonts de finançament del projecte i la distribució de recursos.	<ul style="list-style-type: none"> _ Fonts de finançament _ Pressupost anual del projecte _ Distribució dels recursos
Testimonis	Recopilació dels testimonis participants en el projecte: alumnat, docents, artistes, ajuntaments, etc.	<ul style="list-style-type: none"> _ Redaccions de testimonis _ Descripcions de casos d'èxit _ Fotografies i cites de testimonis
Contacte i xarxes socials	Informació de contacte i dades de les xarxes socials (Instagram, X i Youtube).	<ul style="list-style-type: none"> _ Adreça electrònica _ Telèfon de contacte _ Enllaç de les xarxes socials
Annexos	Documents addicionals importants a destacar: informes, estudis, certificats, etc.	<ul style="list-style-type: none"> _ Informes addicionals _ Materials de suport

Font: Elaboració pròpia

Aquest dossier corporatiu, ajudarà a ConArte Internacional a entendre millorar el projecte al seu públic, ja sigui escoles, ajuntaments, institucions, etc.

3.1.4 Estratègia de comunicació de supervivència: expansió de comunitat i connectivitat amb diversos públics privats

Aquestes estratègies reflecteixen l'enfocament del projecte, que no només pretén aconseguir finançament sinó també promoure l'expansió del projecte en la societat mitjançant una comunicació eficaç i la connexió amb una varietat de públics privats.

Aquesta part requereix una anàlisi profund i detallat que no es pot contemplar en aquest pla de comunicació. Aquesta planificació addicional ha d'incloure un estudi en profunditat de la dinàmica privada, així com la definició d'estratègies específiques per a l'expansió de ConArte dins del món privat i/o empresarial, com també fomentar la implicació i la

participació de la comunitat, garantint la sostenibilitat i el creixement del projecte a llarg termini.

4 Cronograma

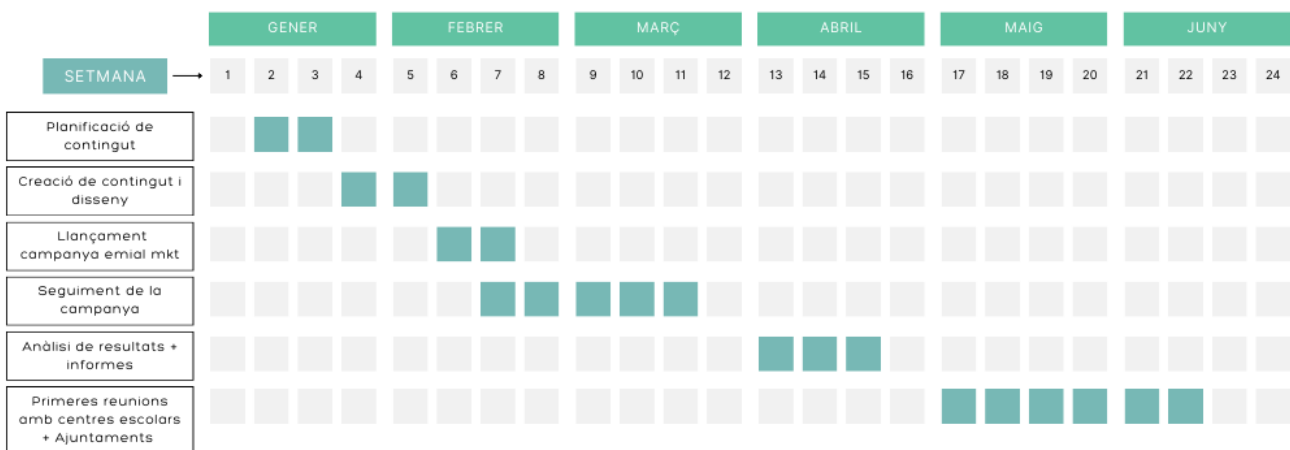
El cronograma del pla de comunicació de ConArte Internacional és una eina fonamental per a la implementació de les estratègies comunicatives explicades anteriorment. Té com a objectiu detallar de manera clara i concisa les diverses accions de comunicació que es duran a terme, assegurant una execució ordenada i clara de les iniciatives planificades. Aquest cronograma detalla les activitats de comunicació alineades amb les tres estratègies desenvolupades en el punt 3 del Pla de Comunicació.

4.1 Cronograma de l'estratègia OE1

Per assolir l'estratègia OE1. Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la província de Girona, s'han generat tres cronogrames, un per a cada activitat definida en l'estratègia OE1, el qual està dissenyat per assegurar una implementació de cada acció de manera eficaç per tal de complir els temps corresponents.

II Il·lustració 8: Cronograma A1. Email marketing a centres escolars i ajuntaments

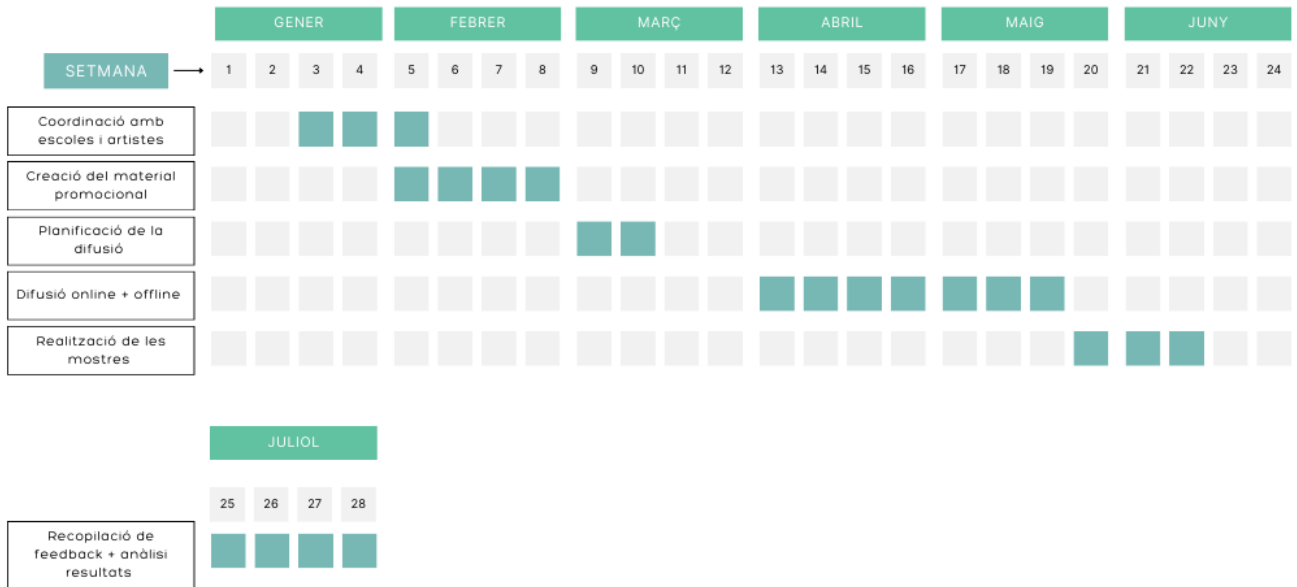
Estratègia OE1: Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona



Font: Elaboració pròpia

II Il·lustració 9: Cronograma A2. Presentació de mostres escolars

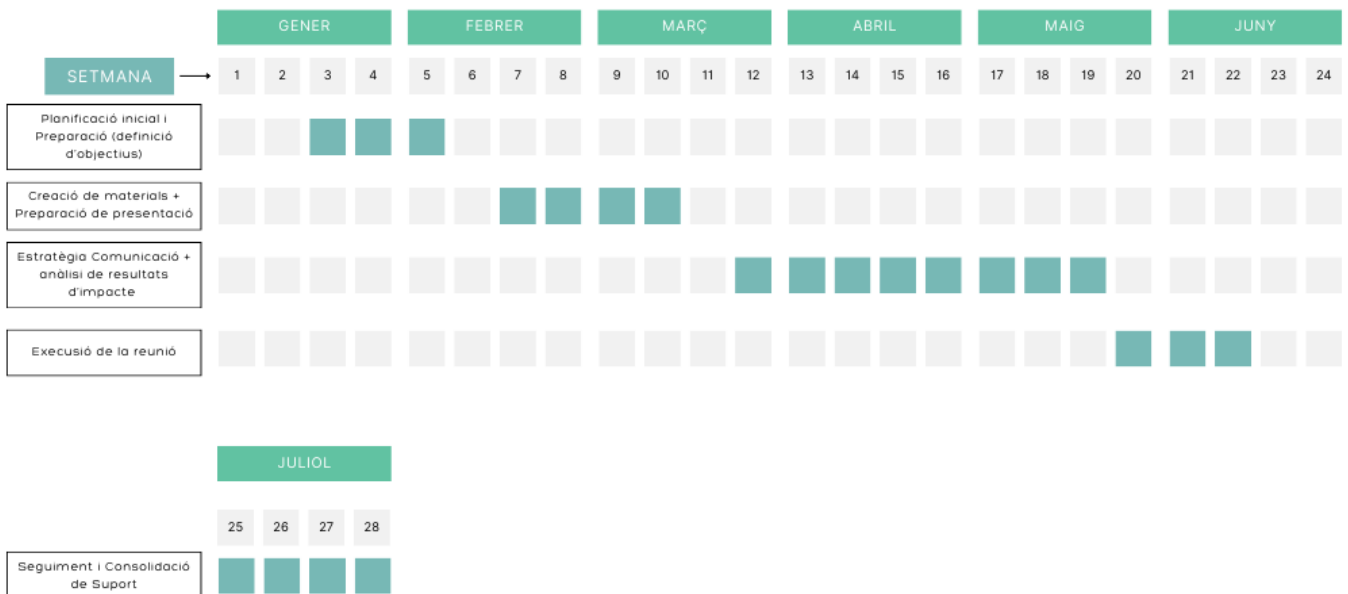
Estratègia OE1: Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona



Font: Elaboració pròpia

II Il·lustració 10: Cronograma A3. Consolidar suport triennal dels Ajuntaments Figueres i Salt

Estratègia OE1: Captar nous clients entre centres escolars i administracions locals de la Província de Girona

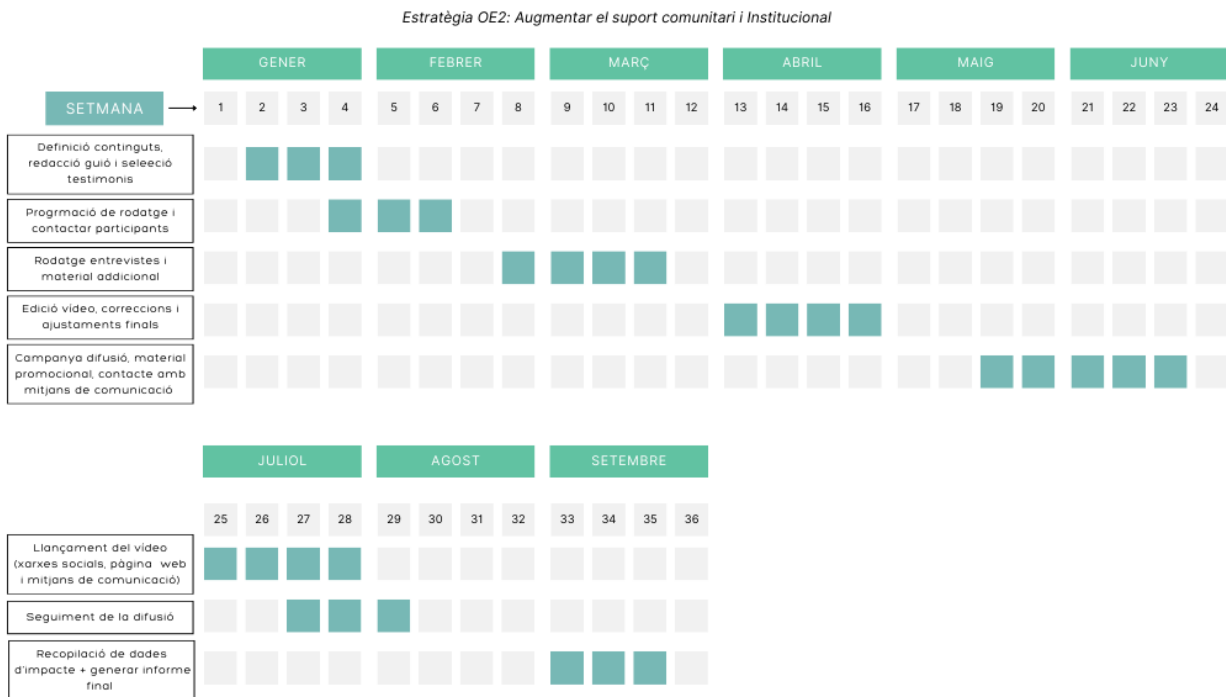


Font: Elaboració pròpia

4.2 Cronograma de l'estratègia OE2

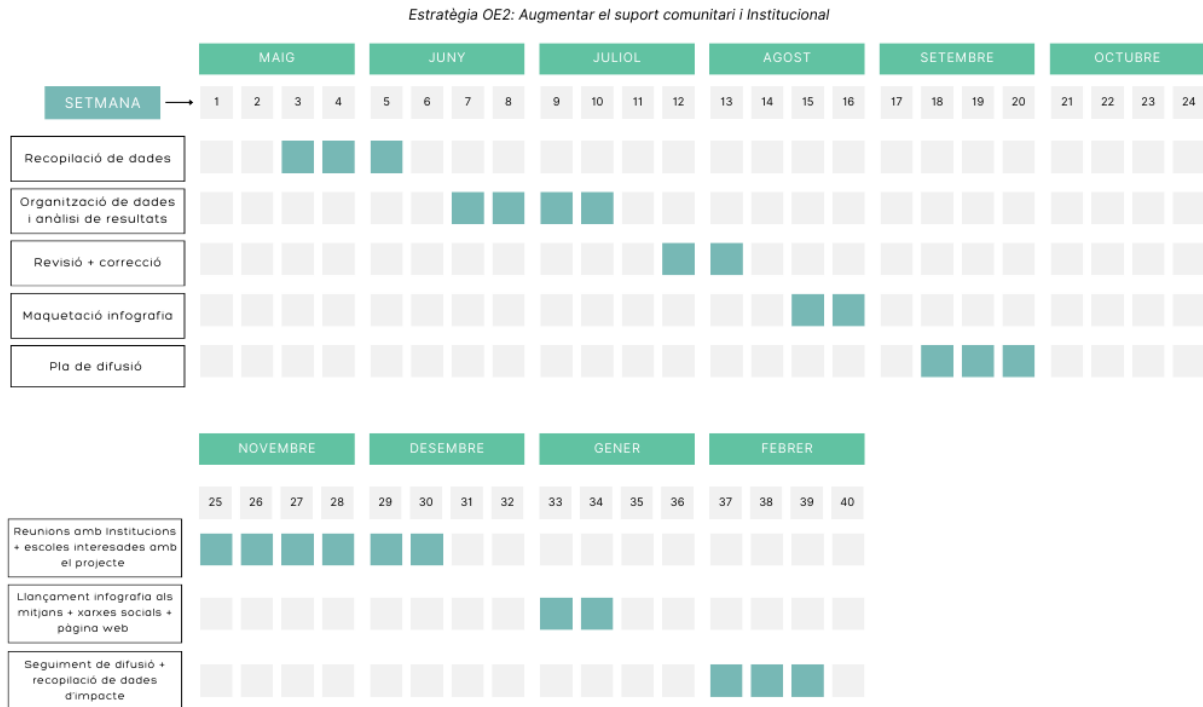
Per assolir l'estratègia OE2. Augmentar el suport comunitari i institucional, s'han dissenyat tres cronogrames, un per a cada activitat definida en l'estratègia OE2, per tal de coordinar millor cadascuna de les accions que volem realitzar.

Il·lustració 11: Cronograma A1. Realització i difusió d'un vídeo testimonial del projecte



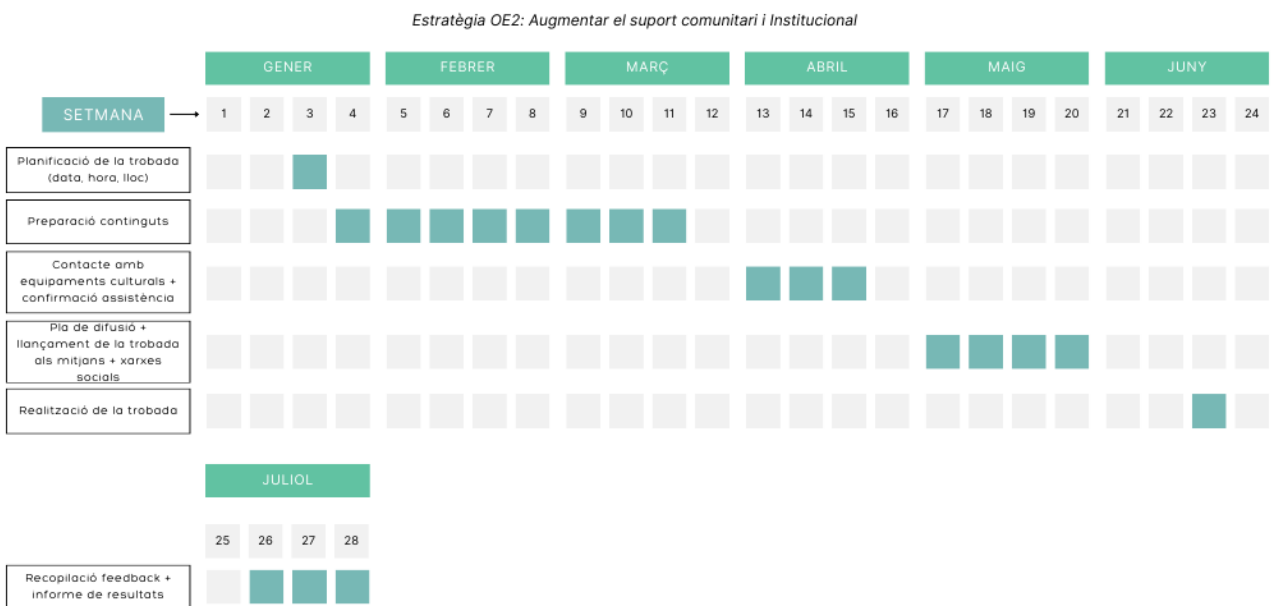
Font: Elaboració pròpia

II Il·lustració 12: Cronograma A2. Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte a través d'una infografia



Font: Elaboració pròpia

II Il·lustració 13: Cronograma A3. Realització i difusió d'un vídeo testimonial del projecte

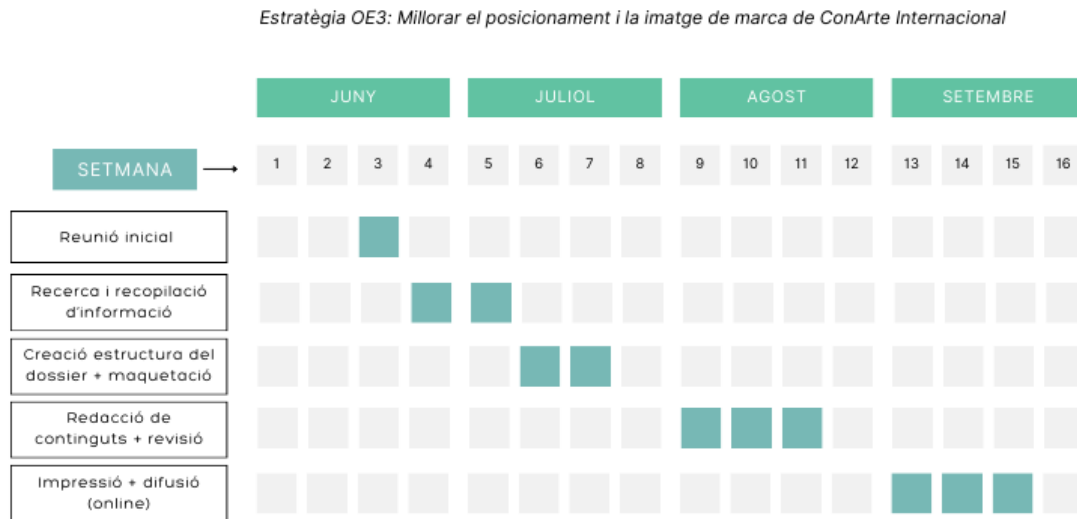


Font: Elaboració pròpia

4.3 Cronograma de l'estratègia OE3

Per crear un cronograma efectiu del dossier corporatiu de ConArte Internacional, és important dividir el procés en etapes clares i establir terminis realistes per a cada etapa.

Il·lustració 14: Cronograma A. Idear i generar un dossier corporatiu del projecte



Font: Elaboració pròpia

5 Pressupost

El Pla de Comunicació de ConArte Internacional inclou diverses accions concretes i específiques dissenyades per assolir els objectius establerts.

A continuació es presenta el pressupost detallat per a cada acció realitzada. Es detallen les activitats i els recursos necessaris per a cadascuna de les estratègies esmentades en l'apartat 3 d'aquest Pla de comunicació.

Taula 19: Pressupost

OEI. CAPTAR NOUS CLIENTS ENTRE CENTES ESCOLARS I ADMINISTRACIONS LOCALS DE LA PROVÍNCIA DE GIRONA.	
A1. OEI. Presentar l'oferta de ConArte a 30 centres escolars de la província de Girona a través d'email marketing.	
Concepte	Cost
Preparació, i coordinació	500€
Comunicació, marketing i publicitat: generació del contingut, maquetació, gestió de clients	300€
Total	800€

A2. OE1. Presentació de les mostres escolars a representants d'ajuntaments i escoles de la província de Girona.	
Concepte	Cost
Preparació i coordinació	1.000€
Equipament tècnic: escenari, altaveus, micròfons, pantalla, etc.	1.500€
Comunicació i publicitat: difusió a xarxes socials, correu electrònic, etc.	500€
Total	3.000€
A3. OE1. Consolidar i aconseguir el suport triennal dels Ajuntaments de Figueres i Salt mitjançant una reunió de presentació de resultats.	
Concepte	Cost
Preparació i coordinació	700€
Equipaments tècnics: pantalla, projector, etc.	600€
Material de suport: documents impresos, carpetes, etc.	150€
Comunicació: correus electrònics	100€
Total	1.550€
OE2. AUGMENTAR EL SUPORT COMUNITARI I INSTITUCIONAL	
A1. OE2. Realització i difusió d'un vídeo testimonial del què és ConArte Internacional i què es fa en el projecte.	
Concepte	Cost
Producció del vídeo	1.800€
Difusió del vídeo: xarxes social i mitjans de comunicació	2.000€
Total	3.800€
A2. OE2. Acció de comunicació de visibilització de resultats d'avaluació d'impacte a través d'una infografia	
Concepte	Cost
Preparació i coordinació	1.000€
Materials didàctic: paper, bolígraf	500€
Creació infografia	700€
Difusió infografia: xarxes socials	100€
Equipament tècnic: ordinadors, programes Adobe	1.000€
Material de suport: Impressió infografies	200€
Total	3.500€
A3. OE2. Convocar equipaments culturals en una trobada conjunta per demostrar resultats d'avaluació d'impacte	
Concepte	Cost
Lloguer de l'espai	500€
Càtering: menjar + begudes	400€
Planificació i logística	1.000€
Materials de suport: paper, bolígraf	300€
Equipament tècnic: projector, ordinador, micròfon, altaveus, etc.	1.500€
Comunicació: email marketing i xarxes socials	600€

Decoració i ambientació	500€
Fotògraf + videògraf	1.800€
Itinerari: taules, cadires	800€
Total	7.400€
OE3. MILLORAR EL POSICIONAMENT I LA IMATGE DE MARCA DE CONARTE INTERNACIONAL	
A1. OE3. Idear i generar el dossier corporatiu del projecte	
Concepte	Cost
Desenvolupament del dossier corporatiu	1.200€
Disseny gràfic i impressió	600€
	1.800€
Total cost del pressupost	21.850€

Font: Elaboració pròpia

