



**SCOUTS**<sup>®</sup>  
Creating a Better World

# **ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2019-2021**

**REGIÓN INTERAMERICANA**



**Publicación: febrero 2019**  
**Oficina Scout Mundial - Centro de Apoyo Interamérica**

# Estrategia de Comunicaciones 2019-2021

## Región Interamericana

### Propósito:

El propósito principal de la siguiente estrategia es apoyar y proponer un marco de referencia de los objetivos establecidos en el Plan Regional 2018-2021 "Visión común, compromiso individual", que corresponde a una continuación del trabajo hecho por el Plan Regional 2016-2018, ambos alineados bajo la estrategia Visión 2023 de la OMMS y las necesidades propias de la Región Scout Interamericana.

Provee las prioridades y lineamientos en materia del área de comunicaciones para la Región Interamericana buscando la calidad y mejora en el área, el correcto uso de la marca Scout y el desarrollo de las capacidades de las Organizaciones Scout Nacionales (OSN). Garantizando así el impacto como una organización de educación no formal en diferentes territorios del continente como un Movimiento unido.

En esencia esta estrategia planea un trabajo consecutivo para el logro de la Visión 2023.

### Antecedentes:

#### - Planes regionales

Al adoptar la estrategia para el Movimiento Scout -Visión 2023-, en la 40a Conferencia Scout Mundial, en Eslovenia 2014, se planteó un conjunto de prioridades estratégicas para promover el crecimiento del Movimiento Scout a nivel Mundial. Una de ellas se denomina: Fortaleciendo el perfil del Movimiento Scout, que explica el énfasis del área de comunicaciones y relaciones externas. La misma estrategia requería que las Regiones alinearan sus planes regionales en torno a dichas prioridades estratégicas.

Y es así como en la Región Interamericana se comienza el proceso de alineación en la VIII Cumbre Scout Interamericana, Cancún 2015, en donde las OSN asistentes dan sus opiniones e ideas en torno a las 6 prioridades estratégicas; posteriormente un equipo compuesto por voluntarios de la Región Interamericana, miembros del Comité Scout Interamericano (CSI) y del Centro de Apoyo Interamérica consensan los resultados y sigue desarrollándolo. Es en la 26a Conferencia Scout Interamericana, Houston 2016, donde se aprueba por unanimidad el Plan Regional 2016-2018 "Construir un Mundo Mejor: Misión Posible".

Dentro del Plan Regional se plantea realizar la estrategia de comunicaciones para la Región Interamericana como uno de sus objetivos principales.

En la IX Cumbre Scout Interamericana realizada en Perú en el año 2017, se cimientan los inicios de un nuevo Plan Regional, con el análisis del cumplimiento de las áreas estratégicas y las necesidades de las OSN, confrontándolas con las nuevas prioridades definidas por la 41a Conferencia Scout Mundial en Bakú. La Oficina Scout Mundial- Centro de Apoyo Interamérica (OSM-CAI) filtra y condensa las propuestas, las OSN asumen compromisos futuros al plan.

Después de un proceso exhaustivo en el III Moot Scout Interamericano, el Comité Scout Interamericano aprueba el nuevo Plan Regional 2018-2021 "Visión común, compromiso individual" que no sólo se compone de las nuevas prioridades

estratégicas, sino de los compromisos de frente a cada una de ellas por parte de las OSN, el CSI y la OSM-CAI. El área de comunicaciones continuará siendo un área estratégica. La decisión de actualizar de la Estrategia de Comunicaciones que se adaptara a estar nuevas necesidades planteadas pero cuya estructura fuera similar para dar continuidad al trabajo y no empezar de cero de nuevo. Esta misma estrategia se comprende como uno de los pasos para lograr la Visión 2023.

### - Estrategia Mundial de Comunicaciones y Asociaciones/Alianzas estratégicas

De igual manera que sucedió con el Plan regional, a nivel mundial el proceso comienza con la adopción de la estrategia para el Movimiento Scout, que incluye la Visión 2023; esta estrategia fue aprobada por la 40a Conferencia Scout Mundial, en Eslovenia 2014. Es entonces que el Comité Scout Mundial identifica la necesidad de una estrategia mundial de Comunicaciones para asegurar que todos los objetivos, mensajes y actividades apoyen al logro de la visión 2023.

La Estrategia Mundial de Comunicaciones y Asociaciones/Alianzas estratégicas (EMCAA) es producto de un proceso consultivo guiado por un grupo de trabajo compuesto por voluntarios de las OSN, el Comité Scout Mundial y La Oficina Scout Mundial. Su objetivo es proporcionar un marco coherente para el Movimiento Scout Mundial, desde las Regiones hasta las OSN. Su intención es proponer directrices y alinear la dirección de las Comunicaciones del Movimiento Scout, logrando impacto y promoviendo esfuerzo colectivos.

### **Nuestra visión 2023:**

Para el 2023, el Movimiento Scout será el movimiento juvenil educativo líder en el mundo, permitiendo a 100 millones de jóvenes convertirse en ciudadanos activos, creando un cambio positivo en sus comunidades basado en los valores compartidos.

Esta visión la podemos explicar así:

-“Movimiento juvenil educativo líder” Ser una organización reconocida por el público en general e instancias externas como la principal organización que permite a los jóvenes participar de manera activa e impactante en el proceso de la toma de decisiones.

-“Permitiendo a... jóvenes” Proveer plataformas en donde los jóvenes puedan expresar sus opiniones y participar como ciudadanos activos, promulgando la importancia de la educación no formal. Se conecta directamente con el propósito de Programa de Jóvenes.

-“Valores compartidos” Es a través de la comunicación interna efectiva y el diálogo que se establece un sentido de unidad del Movimiento Scout con los valores compartidos. Dichos valores los podemos encontrar en la Promesa y Ley que todos los Scouts decidimos seguir.

-“100 millones” Serán todos aquellos que apoyan el crecimiento del Movimiento Scout de manera positiva, apoyando y guiando a que las OSN hagan lo mismo.

- “Creando un cambio positivo en sus comunidades”. Generar un impacto social positivo y contribuir a un desarrollo sostenible es el objetivo final de todas las actividades del Movimiento Scout.

## Perfil del Movimiento Scout y la Marca Scout

El objetivo principal de la marca Scout es lograr y establecer la imagen como un movimiento juvenil de educación no-formal que tiene alcance global. Las OSN son responsables de mantener esta imagen en cada una de sus comunidades, al utilizar la marca Scout se conectan las comunicaciones, se amplifica el mensaje y se crea una sola imagen potencializando el impacto. Adicionalmente al mantener una imagen coherente el Movimiento Scout muestra su actuar para el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible no. 4: Educación de calidad, siendo el Movimiento Scout un espacio, a través del Programa de Jóvenes, en donde se promueven los espacios de aprendizaje para la vida.

Y tal como lo describe el acuerdo de la Conferencia Scout Interamericana 9/10 , en Panamá 2010.

9/10 Imagen

CONSIDERANDO:

- a. Que la Oficina Scout Mundial ha diseñado una campaña de imagen y marca scout a nivel mundial;
  - b. Que esta campaña incluye una marca e instrumentos técnicos para una aplicación a nivel nacional;
  - c. Que es necesario apoyar un esfuerzo a nivel mundial para posicionar la marca Scout como un mecanismo para crecer;
  - d. Que los beneficios que recibirán las Organizaciones Scouts Nacionales por el uso adecuado de la marca serán altamente positivos;
  - e. Que en cumplimiento del Artículo 31, inciso a, son funciones de la Oficina Scout Mundial - Región Interamericana, cumplir las instrucciones y orientaciones que le entregue la Oficina Scout Mundial en relación a la Región Interamericana;
- LA CONFERENCIA SCOUT INTERAMERICANA RECOMIENDA:
1. Que las Organizaciones Scouts Nacionales adopten la campaña de imagen y marca del Movimiento Scout Mundial y hagan esfuerzos para compartir experiencias en el uso y aplicación de la campaña de imagen y uso de la marca scout.

Por lo tanto, en la Región Interamericana utilizar la marca Scout representa una oportunidad de amplificar y unificar el mensaje de Construir Un Mundo Mejor como una entidad Global con acciones locales. Es responsabilidad de todos cuidar la marca. Sin embargo hay que entender que la marca Scout no es solo un logotipo. La marca Scout es todo lo que los Scouts logramos proyectar a la sociedad, congruentes con nuestro anhelo de Construir Un Mundo Mejor.

A continuación se explica el Concepto de la marca Scout y su aplicación para desarrollar el concepto del Movimiento Scout de manera global.



A través de: **MARCA SCOUT**

**Tono del material escrito**

juvenil- retador- positivo- auténtico- inspirador- solidario- motiva a la acción y compromiso

**Estilo de las imágenes/ videos**

juveniles- alegres- al aire libre- inclusivas - diversas (género, edad, religión, geografía, etc) en acción- que demuestren iniciativa



**Clasificación de las comunicaciones**

Las comunicaciones de la Región Scout Interamericana son un eje transversal a las áreas principales de trabajo: Programa de Jóvenes, Adultos en el Movimiento Scout y Desarrollo Institucional. Además de estar íntimamente relacionadas con Participación Juvenil y temas como Diversidad e Inclusión. Para su uso operativo, estas se dividen en comunicaciones internas y externas, tal y como lo define la Estrategia de comunicaciones y alianzas estratégicas de la OMMS.

## Comunicaciones Internas

Comprende toda comunicación e interacción entre los actores de la Región Interamericana: El Comité Scout Interamericano, las OSN y la Oficina Scout Mundial. La base de ellas son las OSN, pero se toman en cuenta todos los actores de la OMMS. Los esfuerzos en el área de comunicaciones comprenden un intercambio activo y un diálogo constante entre todas las partes. Es el área que se encarga de llegar a todos, aun a los Scouts más alejados, e inspirarlos a que se unan a las llamadas de acción, actividades y compartan sus historias.

Es en esta área a través de las necesidades planteadas por el Plan Regional 2018-2021 “Visión común, compromiso individual” se visualiza que no basta con tener un área activa sino del incremento de la calidad y la mejora continua del área, ayudando a las OSN a generar capacidades.

Propósito	Resultados	Indicadores Clave de Logro
Inspirar el desarrollo del Movimiento Scout como uno sólo.	- Un solo mensaje coherente en los canales de comunicación entre la OMMS, los de la Región Interamericana y las OSN, propiciando el buen uso de la Marca Scout.	- Para el 2021 por lo menos 50% de las OSN cuentan con un miembro certificado en el uso de la marca Scout, en sus equipos nacionales.  -Para el 2021 al menos 12 OSN participan en las campañas regionales de comunicaciones
Promover el intercambio de información entre todas las instancias de la OMMS.	- Incremento de la calidad del área de comunicaciones de la Región Scout Interamericana  - Las OSN cuentan con equipos nacionales de comunicaciones que promueve el intercambio de información en sus OSN y entre las instancias de la OMMS	- Para el 2021 se habrá implementado un mecanismo de mejora continua para el área de comunicaciones internas de la Región Interamericana.  - Para el 2021 al menos 9 OSN cuentan con un Plan Nacional de Comunicaciones acorde a la estrategia mundial y regional  - Para el 2021 al menos 18 OSN se encuentran participando activamente de la Red de Comunicaciones en la Región Interamericana  -Para el 2021 se habrán documentado y socializado por lo menos 5 buenas prácticas de las OSN en materia de comunicaciones.

## Comunicaciones Externas

Comunicaciones externas se refiere a todas las comunicaciones e interacciones que ocurren entre todos los que forman parte de la OMMS (incluidos Scouts individuales y voluntarios adultos, OSN, organismos regionales y mundiales) con las partes externas que la OMMS ha identificado como grupos de interés. En particular, estas incluyen la comunicación de crisis hacia audiencias externas.

La estrategia de comunicaciones externas se centrará básicamente en apoyar a las OSN a trabajar con los medios de comunicación pertinentes (locales, medios de difusión, redes sociales, etc.) para llegar al público en general y representar el Movimiento Scout de una manera precisa y positiva. Además, establecer un grupo que pueda apoyar a la Región en el intercambio de historias en medios externos al Movimiento Scout.

Propósito	Resultados	Indicadores Clave de Logro
Promover una imagen positiva en la sociedad en donde se reconozca el valor del Movimiento Scout en la educación de los jóvenes como una entidad educativa no formal, en las OSN y la Región.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un grupo activo de corresponsales activos y publicando historias en medios regionales externos al Movimiento Scout.</li> <li>- Una red de comunicaciones que intercambie información de manera constante y periódica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Para el 2019 se integrará el primer grupo de corresponsales de la Región Interamericana a través de un Open Call.</li> <li>- Para el 2021 el equipo de corresponsales habrá publicado historias de por lo menos 2 eventos Interamericanos, posicionándolos en medios de comunicaciones regionales.</li> <li>- Para el 2021 la red de comunicaciones contará como mínimo de 18 OSN, que intercambien información de manera semanal.</li> </ul>
Mantener una imagen del Movimiento Scout actualizada y en congruencia con la realidad de la Región Interamericana, tanto en sus órganos regionales como en cada una de las OSN.	- Que las OSN de la Región Interamericana generen publicaciones en sus medios de comunicación llamando a la acción de manera consecuente.	- Para el 2021 se habrán publicado como mínimo 12 proyectos realizados en las OSN basados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



## Actores en el área de comunicaciones y sus responsabilidades

### Las Organizaciones Scout Nacionales

Son los agentes principales de la estrategia de comunicaciones ya que en ella se ven reflejados los llamados a la acción y el hacer diario del Movimiento Scout, cuyas responsabilidades radican en:

1. Contribuir con los objetivos de la Estrategia de comunicaciones del Plan Regional 2018-2021 a través del cumplimiento de sus compromisos:
  - Formular estrategias de comunicaciones nacionales alineadas a la regional y a la mundial;
  - Reforzar o reestructurar los equipos de comunicaciones nacionales y la infraestructura para su funcionamiento.
2. Contar y compartir historias del Movimiento Scout. Capturando la información para luego dirigirla a las demás instancias de la Organización Mundial en los canales oportunos.
3. Utilizar de manera adecuada la marca Scout.
4. Designar por lo menos un representante a la Red Interamericana de Comunicaciones.
5. Participar de las capacitaciones ofrecidas por la OMMS
6. Participar de las campañas regionales de comunicaciones.

### Red Interamericana de Comunicaciones

Formada por representantes de las Organizaciones Scout Nacionales, cuenta con un núcleo coordinador conformado por un representante del Comité Scout Interamericano, un representante del Centro de Apoyo Interamérica y un voluntario de alguna OSN de la Región Interamericana. La Red Interamericana es la encargada de mantener actualizados y en contexto los mensajes del área de comunicaciones de manera regional además de:

1. Contribuir con los objetivos de la estrategia de comunicaciones del Plan regional 2018-2021.
2. Colaborar en la producción de los documentos e instrumentos necesarios para el área de comunicaciones en apoyo a las áreas estratégicas de la Región Interamericana. Incluye los mecanismos de medición de la calidad y mejora continua del área de comunicaciones.
3. Promover y diseñar las campañas e iniciativas en la Región Scout Interamericana.
4. Elaborar e intercambiar material y buenas prácticas en materia de Comunicaciones de las Organizaciones Scouts Nacionales.

### Centro de Apoyo Interamérica

En conjunto con todas las áreas estratégicas deberá:

1. Proveer herramientas, capacitaciones y espacios para el desarrollo de capacidades de las OSN en materia de comunicaciones.
2. Proveer capacitaciones y promover el buen uso de la marca Scout.
3. Proporcionar servicios de consultoría a través del Modelo de Servicio en el área de comunicaciones.
4. Coordinar la estrategia de regional de comunicaciones.
5. Mantener activos los canales de comunicación para la implementación de la estrategia regional de comunicaciones y el Plan Regional.

6. Establecer mecanismos de gestión de la calidad de la comunicación interna de la Región.

### Comité Scout Interamericano

En su calidad de representantes de la Conferencia Scout Interamericana

1. Apoyan y velan por el cumplimiento de la estrategia regional de comunicaciones.
2. Asumirse como entes de opinión en la Región Interamericana, que aportan recursos y estrategias para el desarrollo de las capacidades en las OSN
3. Mantener una comunicación activa y transparente con la OSM-CAI y las OSN

### **Duración y Evaluación**

La Estrategia de Comunicaciones tiene vigencia hasta la adopción de un nuevo Plan Regional, lo cual sucederá en la 28ª Conferencia Scout Interamericana, a realizarse en Paraguay 2021.

### **En resumen:**

La estrategia de comunicaciones debe ser un modelo que inspire e informe a todos los actores:

1. Sobre la relevancia del Movimiento Scout en la Región.
2. Ayude a elevar el perfil del Movimiento Scout en la Región de manera positiva.
3. Inspire a tomar parte en las llamadas a la acción de parte de las OSN o Región Interamericana.
4. Promueva la mejora continua del área de comunicaciones en la OMMS

Además de estrechar cada vez más las comunicaciones de manera interna desde todos los órganos de la Región Interamericana.

## **ANEXO:**

Las campañas regionales son una herramienta de movilización poderosa en donde todas las OSN están invitadas a ser parte. Se han definido 3 categorías de campañas regionales:

1- Campañas apoyando una causa o celebración Internacional como: La hora del planeta, Día del medio ambiente, Scouts 4 SDGs, Día mundial del voluntariado, Día mundial de la no violencia, etc.

2- Campañas de celebración de eventos Scouts: Jamboree Mundial 2019, Cumbre Scout Regional 2020, JamCam 2021, celebración del natalicio de Baden Powell 2019-2021, Celebración de los aniversarios del Movimiento Scout 2019-2021, la celebración del centenario de la insignia de madera, etc.

3- Campañas educativas internas: Marco de Mundo Mejor, materiales de Diversidad e Inclusion, HeforShe, competencias en la gestión de los Adultos en el Movimiento Scout, Desarrollo financiero, material educativo para Programa de Jóvenes, etc.





**SCOUTS**<sup>®</sup>

Creating a Better World



 /ScoutIAR

 @ScoutIAR

 @ScoutIAR