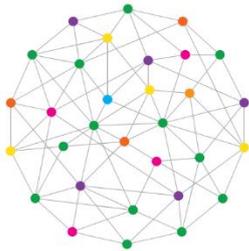


CARTILLA DE TRABAJO MÓDULO II

Potenciar nuestros trabajos y actividades en el marco de la Economía Popular

**Identidad.
Redes Sociales**

Estrategias de comercialización.

IDENTIDAD

Uno de los objetivos del presente modulo es trabajar sobre las posibilidades de comercialización y los aspectos que se pueden mejorar para darle potencia a cada una de las actividades y proyectos en el marco de la economía popular. Existen muchas formas alternativas y nuevas que la economía social y popular puede utilizar como internet, redes sociales, ventas online, etc. Para ello realizamos una introducción sobre algunos aspectos muy importantes como las Identidades y los conceptos.

Podríamos decir que, una marca "tradicional" y comercial distingue consolida y posiciona algún producto o servicio, la marca es un signo distintivo de identificación.

En el caso de la Economía Popular, los productos y servicios representan y deben expresar **valores que los distinguen y generan un "valor agregado": el trabajo asociativo, la identidad local, la producción artesanal, entre muchos otros.**

El "Concepto" es la razón de ser del producto, el mensaje o intencionalidad que deseamos transmitir. La motivación profunda e intrínseca. Es una parte fundamental del producto resultante. Nos permite entender que los objetos son algo más que lo que podemos ver a simple vista. Transmiten mensajes, ideas, valores, más allá de la mera función para la que fueron diseñados.

Así como cuando nos presentamos decimos nuestro nombre y apellido, edad, y otras características personales, del mismo modo nuestros productos tienen un diseño que los caracteriza haciéndolos singulares. En la instancia de encuentro y comunicación entre el emprendedor/a y el consumidor/a a través del producto, el diseño funciona como un lenguaje que posibilita esa comunicación

Pensemos algunas preguntas disparadoras:

Qué es lo que me motiva o motivó a realizar este producto? ¿Cuál es la idea, mensaje, valor, que quiero transmitir? ¿Qué valores de la economía popular son parte de mi producto? ¿Qué valores culturales te parece que son parte de tu producto? ¿Es importante la idea o concepto de tu producto? ¿El producto comunica intereses intangibles? ¿Qué es lo más creativo/original de mi producto?

Nombre: El nombre es fundamental si queremos que nuestro emprendimiento sea identificado. Se usa verbalmente y ayuda a definir el carácter y el posicionamiento.

El nombre de nuestro emprendimiento principalmente tiene que ser:

- ✓ Fácil de recordar y pronunciar
- ✓ En lo posible hacer referencia a nuestra actividad y a nuestros valores
- ✓ Transmitir algo positivo
- ✓ Que no sea genérico de la categoría del producto (Por ej.: el genérico de un producto puede ser "yerba mate", la marca es Taragüí)
- ✓ Que el nombre no acote las posibles ampliaciones de líneas de oferta (que no encasille el producto)
- ✓ Agradable y que no tenga doble sentido
- ✓ Y tiene que ser original
- ✓ Y algo muy importante! Si quiero registrar como marca debe poder ser registrable, que ya no haya otro producto o servicio en el mercado con el mismo nombre



CARTILLA DE TRABAJO MODULO II

REDES SOCIALES Y ECONOMIA POPULAR

REDES SOCIALES

Las redes sociales son estructuras formadas en internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites fijos. El uso de las redes sociales se ha vuelto parte de la vida cotidiana de los ciudadanos y ocupa un lugar muy centra en la vida social económica política, etc.

¿Cómo funcionan las redes sociales?

Conjuntamente con los sitios web y las aplicaciones móviles, las redes sociales integran los llamados "nuevos medios" o "medios digitales" y sirven para poder tener un ida y vuelta constante entre representantes y representados, entre funcionarios y ciudadanos, entre militantes y vecinos, entre vendedores y clientes.

En las redes sociales podemos compartir ideas, dejar comentarios, subir videos, fotos, hacer vivos, memes, iniciar reclamos, solicitar una explicación, convocar a una actividad, invitar a un evento, realizar ventas, tomar pedidos, realizar pagos y cobranzas, pasar presupuestos y darnos a conocer a nivel nacional e internacional, entre otras cosas.

REALICEMOS UN PRIMER REPASO



FACEBOOK

En Facebook tenemos "amigos". Como máximo podemos tener 5.000, se trabaja con solicitudes de amistad que pueden ser aprobadas o ignoradas. Podemos cargar videos, fotos, hacer plantillas de colores, comentar, subir link de notas, de videos.

Casi siempre los que están en nuestro facebook personal saben cómo pensamos, de que trabajamos y muchos tienen nuestros mismos intereses. También tenemos la posibilidad de chatear, hacer historias, mandar mensajes privados, realizar llamadas o hacer vivos.

**TWITTER**

Esta red es más utilizada para opinar fervientemente sobre temas que nos molestan, defendemos o nos apasionan. Estamos a tan solo un @ (arroba) de la persona a la que queremos llegar y a un # (numeral/hashtag) del tema al que nos queremos sumar a opinar o discutir. Actualmente twitter amplió la cantidad de caracteres que puede tener un posteo (ahora es de 280 caracteres) pero es siempre recomendable que utilicemos la menor cantidad de palabras posibles. Podemos cargar videos de una corta duración, fotos, compartir links, hacer vivos.

EL ARROBA (@) FORMA PARTE DE TODA DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO Y DE DIVERSOS SERVICIOS EN LÍNEA, LOS CUALES SIGUEN EL FORMATO USUARIO@SERVIDOR, PARA IDENTIFICAR LOS DATOS DE ENVÍO DEL MENSAJE.

EN OTROS SERVICIOS ELECTRÓNICOS (TALES COMO TWITTER E INSTAGRAM), SOLO SE COLOCA @USUARIO PARA ENVIAR EL MENSAJE, GRACIAS A QUE EN LA LENGUA INGLESA, EL SÍMBOLO @ SE LEE COMO AT (QUE EN CASTELLANO SERÍA "A" O "EN").

#HASHTAG ES UNA EXPRESIÓN O PALABRA CLAVE UTILIZADA POR LOS USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES. SE COMPONE DE UNA PALABRA O UNA SERIE DE PALABRAS. LOS HASHTAG ESTÁN PRECEDIDOS POR EL SIGNO NUMERAL # (TAMBIÉN LLAMADO GATO O ALMOHADILLA). LOS HASHTAGS SON USADOS PARA CLASIFICAR LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LAS REDES SOCIALES.

PARA CREAR UN HASHTAG, ESCRIBE # (EL SIGNO NUMERAL) Y, A CONTINUACIÓN, UN TEMA O UNA FRASE, Y AÑÁDELO A TU PUBLICACIÓN. POR EJ.: #MERMELADASARGENTINAS #MERMELADASDEFRUTILLA



INSTAGRAM

Lo más atractivo de esta red es que podemos compartir una foto/video con todo el mundo o en una cuenta privada de forma instantánea y con buenos filtros para que parezca mejor que la original.

ESTÁ ENFOCADA A LO ESTÉTICO, A LO BELLO Y A LO AGRADABLE. LOS USUARIOS BUSCAN POR PERSONA, UBICACIÓN O # (HASHTAG).

Los posteos más exitosos son gastronómicos, paisajes y humor. Por ende es necesario que nuestras publicaciones no sean afiches (llamados también flyers), videos de medios, sino que tenga una impronta personal que lo vuelva "mirable" por ejemplo: fotografías y videos

Esta red, al igual que Facebook, cuenta con la función de hacer "historias" pueden ser fotos o videos que no superan los 10 segundos y que duran sólo 24 hs, aunque después pueden dejarse destacadas en los perfiles para poder volver a verlas, de lo contrario desaparecen.



YOUTUBE

Con el boom de los Youtubers, el trap y muchas otras manifestaciones artísticas esta plataforma se empezó a convertir en una nueva red social, no solo se cargan videos sino que también se relacionan los usuarios en el sector de comunidad. Los usuarios buscan entretenerse, aprender e inspirarse.



CORREO ELECTRÓNICO

Antes de continuar con las redes sociales, tenemos que tener en cuenta que para todo lo que queramos hacer necesitamos siempre una dirección de correo electrónico. Es fundamental que tu dirección de correo electrónico tenga relación con tu emprendimiento, es ideal tener una dirección de correo propia de nuestra actividad/emprendimiento.

Además de ayudarte en la organización, te sirve para darle un aspecto más profesional en tu negocio. De esta forma también, evitarás la distracción que te puede traer el recibir emails personales mientras estás trabajando.

De todos los proveedores disponibles de e-mail, sugerimos Gmail porque es de fácil manejo y nos permite crear documentos que, al quedar guardados en la nube, se puede acceder a ellos en cualquier momento desde cualquier dispositivo.

Por ej.: podemos armar un presupuesto en Documentos de Google, desde Drive, y enviarlo por e-mail o descargarlo como documento PDF y enviarlo por messenger o whatsapp y así mantener un contacto estrecho con el cliente. También, en Gmail podemos encontrar Youtube entre otras herramientas.

Buenas prácticas generadas para redes:

- ✓ Ser prudentes y pensar antes de publicar. Recordar que los comentarios pueden tener una repercusión global y que el contenido queda en la red de forma permanente.
- ✓ Recordar que somos responsables del contenido. Ser cuidadosos al compartir nuestra información y la de los demás.
- ✓ Interactuar: Conversar y participar es una buena forma de crear contenido. Compartir publicaciones relacionadas que consideres interesantes de otros usuarios puede resultar muy provechoso.
- ✓ Cuidar la ortografía y la gramática: escribir bien, de forma cercana y personal, antes de compartir o enviar un mensaje, leer lo que se escribió y utilizar corrector.
- ✓ Respetar y responder: respetar las críticas o sugerencias y evitar eliminar comentarios, siempre que estos no sean ofensivos. El respeto debe ser en los dos sentidos.



Cómo utilizar las redes sociales para nuestro emprendimiento:

Las redes sociales son sin duda alguna un medio de comunicación fundamental. Porque es donde están tus potenciales clientes. El tema es que para que realmente nos sirvan para nuestro trabajo y sean un medio para llegar a potenciales clientes, no siempre es suficiente con manejarlas como manejamos nuestras redes personales.

A partir de ahora **es importante pensar y planificar el manejo de redes sociales de una forma más estratégica**, como cualquier medio de comunicación que elijamos para nuestra marca.

LOS SIGUIENTES APARTADOS DE ESTE MODULO LES BRINDARAN TIPS Y HERRAMIENTAS UTILES PARA EL ARMADO Y MANEJO DE SUS REDES SOCIALES EPERAMOS QUE LES SIRVAN!