

# **HISTORIA DE LA RED ALER MERCADEO**

## **RED LATINOAMERICANA DE MERCADEO**

Para ALER el tema de la sostenibilidad es uno de los más debatidos al interior de la Asociación. Por tal razón, en el año 2005 (consultar bien la fecha con la cecy y la doris) se inició un proceso relacionado con la diversificación de las fuentes de recursos económicos. Este proceso buscaba dos cosas fundamentales:

1) la consolidación de acuerdos políticos entre las instancias correspondientes para concebir la sostenibilidad como una línea estratégica de las afiliadas, las Coordinadoras Nacionales y ALER-SE.

2) diseñar un plan de empresa y ventas que posibilite ofertar los servicios de la Asociación, que cuenta con el Sistema Intercontinental de Comunicación Radiofónica (SICR), que por su capacidad tecnológica (10 estaciones terrenas), es el más importante de América Latina.

Es así que en una acción conjunta entre las Coordinadoras Nacionales y la Secretaria Ejecutiva de ALER se conformó la Red Latinoamericana de Mercadeo, integrada por: IRFA-Venezuela, CNR – Perú, ERBOL - Bolivia, FGER - Guatemala, ARPAS - El Salvador, CORAPE - Ecuador, ARCA (actualmente La SONORA)-Colombia, Red De Emisoras Educativas Del Paraguay-Paraguay y FARCO - Argentina.

ALER Mercadeo tuvo como referentes de cada Coordinadora a los responsables de las áreas de mercadeo o sostenibilidad de sus respectivas instituciones. Ellos fueron: Doris Falcón (IRFA), Cecilia Valderrama (CNR), José Luis Mancilla (ERBOL), Lucy Esteban (FGER), Luis Enrique Pineda (ARPAS), Adriana Espín (CORAPE), Jacqueline Alarcón (ARCA), Jorge Bazán (Red de Emisoras Educativas del Paraguay). y Gustavo Videla (FARCO) La primera misión de este equipo, fue la elaboración de un plan de marketing, tarea que se la realizó en primera instancia vía virtual y posteriormente en un taller presencial realizado en Quito en mayo del 2005.

El taller tuvo varios objetivos, siendo los más importantes: concluir el plan de marketing a cargo de Carlos Díaz (facilitador de la Red en temas de marketing y ventas), definir la metodología de funcionamiento de la Red, presentar al equipo de la Red a la responsable de sostenibilidad entrante Raquel Escobar y lo más importante, definir cuál sería el rumbo a seguir por la Red. En primera instancia se decidió que el horizonte de la Red de Mercadeo serían las ventas. Luego del encuentro presencial y ya definida la metodología de funcionamiento de la Red, se incorporaron al equipo de sostenibilidad Verónica Salgado y Johanna Malena Palacios, quienes conjuntamente con Raquel formarían parte del equipo de sostenibilidad, así como de la Red de Mercadeo.

En un inicio Raquel con Johanna eran quienes coordinaban las acciones de la Red. Posterior al primer encuentro presencial y pese a haberse planteado como horizonte las ventas, en las reuniones virtuales del equipo se vio como necesidad primordiales la consolidación del equipo. El período de consolidación se realizó desde el 2005 al 2006 año en el que se realizaría el segundo encuentro de la Red que se llevó a cabo en Lima-Perú y cuya coordinación estuvo a cargo de la CNR.

## **2006 el año de la concreción**

Lima fue el escenario del encuentro presencial para que la Red, luego de un proceso de consolidación basado únicamente en reuniones virtuales. Había transcurrido un año desde aquella primera cita en Quito y a esas caras antiguas, se sumaban las nuevas que entonces estaban articulando todo este proceso desde la Secretaría Ejecutiva: el Equipo de Sostenibilidad.

El primer encuentro fue lleno de abrazos y conversaciones. Un re-conocimiento de rostros y amigos/as virtuales; luego vino lo fuerte, todo el proceso de evaluación, formación y planificación, que desde entonces son los objetivos de la Red. En Lima nos evaluamos, evaluamos nuestras prácticas, las formas en que nos habíamos relacionado durante un año: el norte había cambiado, y por supuesto el futuro al que queríamos llegar.

Así, luego de intensos días de trabajo, nació en un primer momento ALER-COM, que fue el nombre que todos/as queríamos dar a nuestra Red. Claro que este nombre tenía que ser sometido a consenso y luego de varias reuniones se nos sugirió el nombre de ALER Mercadeo, que es como nos identificamos actualmente.

Un segundo producto de nuestra Red fue la planificación del trabajo. Nuestro plan contemplaba como uno de sus ejes más fuertes el de formación. Fortalecer capacidades en los equipos nacionales. Poco a poco ese plan soñado en Lima se fue concretando. Se organizaron procesos de capacitación en: El Salvador, Perú y Venezuela. Las otras Coordinadoras fueron planificando los suyos para el siguiente año.

De igual manera empezamos a recolectar las primeras informaciones: que si una matriz para saber cuáles son las radios afiliadas a las CN, que si otra matriz para determinar nuestras capacidades (productores, locutores, etc), en fin..., todo lo necesario para darle sustento a todo lo que como red queríamos hacer. Sin olvidar, por supuesto, que antes de arrancar con todo tenía que pasar nuestro plan por las instancias políticas: Junta Directiva y Secretarios/as Ejecutivo/as.

Para la sustentación del plan de trabajo se nominó a Doris y Ceci para que viajen a Quito en representación de la Red para la reunión con los/as Secretarios/as Ejecutivos/as que dieron el sí que necesitábamos para continuar con nuestro trabajo.

Lamentablemente, en este año dos de nuestros/as amigos/as dejaron la Red: José Luis Mancilla de ERBOL y Jacqueline Alarcón de ARCA –ahora La sonora-. Así mismo, la situación de Argentina aún no estaba definida. Argentina, desde el 2005 había desaparecido de la Red. Aún así el proceso continuó. Y cerramos el año con tres capacitaciones nacionales y la mayor parte de información que la red requería recopilada.

Lamentablemente, en este año dos de nuestros/as amigos/as dejaron la Red: José Luis Mancilla de ERBOL, Jacqueline Alarcón de ARCA y Luis Enrique Pineda de ARPAS dejaron la red. Así mismo, la situación de Argentina aún no estaba definida. Argentina, desde el 2005 había desaparecido de la Red. Aún así el proceso continuó. Y cerramos el año con tres capacitaciones nacionales y la mayor parte de información que la red requería recopilada.

## **2007 el año de los logros**

### **Al Calor de la Copa**

Para inicios del año 2007 sonaba en el ambiente la Copa América, magnífica oportunidad para nuestra Red considerando que se jugaba en Venezuela y que existía el acuerdo de difusión entre las coordinadoras y la secretaría ejecutiva para la difusión continental y la red ponía a trabajar a sus nodos. Pese a que los acuerdos finalmente no se concretaron para la difusión continental, la Red tomó como opción válida la producción y difusión de un programa continental deportivo: "*Al Calor de la Copa*".

Se armó la red de producción: Maracaibo sería el centro de operación. ALER Mercadeo conversó al interior de sus Coordinadoras Nacionales quiénes podrían asumir el reto de producción informativa para el programa deportivo. Se identificaron los/as referentes y la producción agarró su propio ritmo. Mientras que por otro lado ALER Mercadeo armó paquetes, presentó propuestas, se movilizó.

Es necesario señalar que pese al esfuerzo de la Red, no se pudo concretar ninguna venta. Sin embargo el ejercicio permitió a la Red abordar temas concretos para la comercialización de espacios: tarifa plana, cobertura continental, escenarios de difusión, políticas de distribución, así como sumar a un referente de Argentina para este proceso. Así mismo, en el caso de Ecuador, se concretó una alianza institucional con radio La Red, de cobertura en la ciudad y muy sintonizada por la audiencia deportiva de la capital. La Red transmitió todos los programas elaborados durante "*Al Calor de la Copa*".

### **Maracaibo y el reencuentro**

Había pasado un poco más de un año del anterior encuentro de la Red, era tiempo para empezar a planificar el reencuentro y más luego de la experiencia de "*Al Calor de la Copa*". En esta ocasión la ciudad destinada para ello era Maracaibo y pese al calor, todos y todas los referentes asistieron, sumando además la presencia de la última Coordinadora Nacional que estaba ajena al proceso UDECA.

En este encuentro la Red se evaluó a través de un sistema de monitoreo diseñado en Secretaría Ejecutiva y aplicado a las redes de ALER. Las evaluaciones fueron positivas: complementariedad en el trabajo, compromiso de las Coordinadoras Nacionales, capacidad de respuesta ante situaciones como la Copa América fueron los principales resultados de este proceso. Además, la visita de dos referentes nacionales a impartir un proceso de formación en radio Enriquillo, también perfilaba la necesidad de abordar el tema capacitación para capacitadores en Maracaibo. Y en efecto así fue.

**El taller tuvo como productos concretos los resultados de la evaluación de la Red, la planificación operativa para el año siguiente y varios paquetes para la comercialización de espacios: red informativa continental, campañas continentales, entre otros.** Es necesario señalar que luego del encuentro en Maracaibo la dinámica con la que venía trabajando la Red entró en una fase de estancamiento. Esto se debe, básicamente, a los cambios generados al interior del equipo de sostenibilidad, con la salida de la responsable del área Raquel Escobar. Y aunque se procuraba dar seguimiento a la Red, los acuerdos y demás actividades pendientes, se extrañaba la presencia de una persona más que apoye el proyecto. También, a finales de octubre del 2007 uno de los referentes fundadores de la Red – Jorge Bazán- también dejó el proceso. El nuevo referente Vitorio Alejandro Girivaldi - se incorporó al trabajo de la red a inicios del 2008.

Es de esta manera, en un proceso de dinámicas diversas en el que han confluído todas las experiencias nacionales, los sueños de una Red que nació hace 3 años y sumando, además, el compromiso político de todas las Coordinadoras, que ALER Mercadeo inició un 2008 con muchas expectativas y todas las ganas y energías para continuar el camino para conseguir lo anhelado: articular el mercadeo social en las radios afiliadas de ALER.

## **2008 nuevos desafíos, nuevos logros**

El 2008 la Red de Mercadeo, lo inició con varias novedades en su equipo, desde Quito ALER Secretaria Ejecutiva (SE) Giovanna Tipán – nueva Coordinadora del área de Sostenibilidad y Johanna Malena Palacios – responsable de la Red – se unieron a Verónica Salgado – asistente de Sostenibilidad – para apoyar al grupo. La reincorporación de Johanna al equipo de sostenibilidad, obedece a que la asociación esta conciente de que un proceso tan importante como la Red de Mercadeo, necesita de una persona dedicada al cien por ciento a las actividades de animación y coordinación de esta red, para así cumplir con todas las metas trazadas. Y que mejor si la encargada de esta labor, es alguien que formara parte de equipo fundador y por consiguiente, conoce tanto el proceso como la dinámica del equipo.

Pero esos no fueron los únicos cambios en el grupo, también hubo novedades en la Coordinadora Nacional de Paraguay, así: a Vitorio Alejandro Girivaldi, le sucedió Pedro Portillo. Quedando conformada la Red ALER Mercado de la siguiente manera: Doris Falcón en IRFA, Cecilia Valderrama en CNR, Efraín Mendoza en ERBOL, Lucy Esteban en FGER, Roxana Avilés en ARPAS, Gissela Dávila CORAPE, Fernando Tibaduiza en La SONORA, Pedro Portillo en la Red De Emisoras Educativas Del Paraguay, Miguel Vidal en FARCO, Jacqueline Tineo en UDECA y finalmente Giovanna, Johanna y Verónica en ALER Secretaria Ejecutiva.

Con un equipo que suma y equilibra la experiencia de sus miembros históricos con la frescura de sus nuevos integrantes, ALER Mercadeo comenzó a construir su ruta para el año 2008.

Los logros más significativos del año en curso han sido sin duda: la difusión continental (a través de la programación satelital de ALER) y nacional (a través de la programación nacional) las CN, de la campaña en pos de la educación que lleva por nombre "*Los compromisos por una educación de calidad como bien público*", de la Federación Internacional Fé y Alegría y producida por ALER.

En la difusión de esta campaña, la Red de Mercadeo ha sido una pieza clave y decisiva pues, a pesar de no ser ella quien la negociara los costos de difusión (fue un arreglo entre instituciones), si ha sido el eje articulador que ha permitido una exitosa la difusión al interior de 9 de sus 10 CN y 7 radios afiliadas en Ecuador. Esto ha permitido que la campaña sea replicada por 79 radios a través de la región.

Otro logro importante hasta el momento, es el que Red comenzó a ofertar la difusión continental de programas especiales a través de los noticieros de ALER satelital. Este paso se pudo dar gracias a todos lo definido en el 2007 en cuanto a tarifa plana y políticas tratadas en Maracaibo.

Otra cosa importante que ha sucedido, es que la Red de Mercadeo comenzó a trabajar en la elaboración de propuestas de difusión a través de la Red Kiechwa Satelital (RKS). El trabajo conjunto entre CNR, CORAPE, ERBOL -coordinadoras que conforman la RKS- y la coordinación desde Secretaria Ejecutiva dieron como resultado que la Kiechwa Satelital cuente ya, con una tarifa de difusión por un programa de 10 minutos de duración.

Así, ALER Mercadeo ha ido construyendo su historia y su camino. Somos una Red que pretende mantenerse en el tiempo, porque somos producto de un proceso y no de coyunturas, eso es precisamente lo que nos ha permitido aprender día con día y mantenernos vigentes.