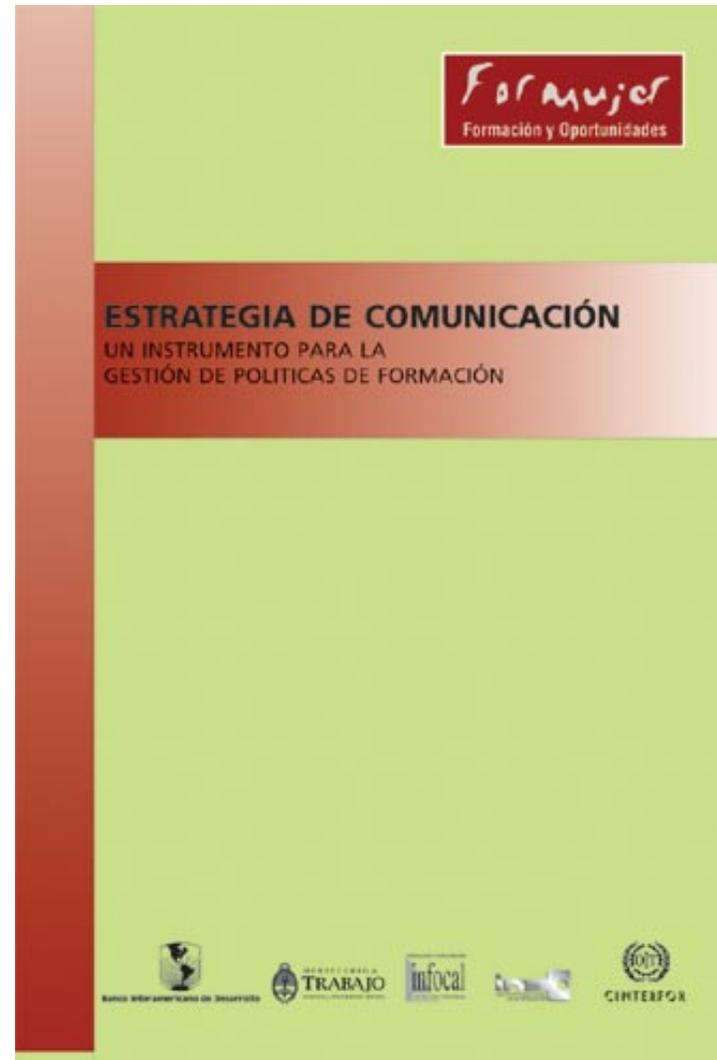


# Estrategia de Comunicación

Una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad de género

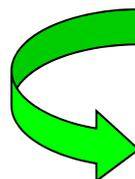


# Estrategia de Comunicación

Estrategia como proyecto comunicacional



Pensar en alcances



Niveles de involucramiento y participación de la población destinataria o meta del proyecto



# Niveles de comunicación

## Información

Transferir información (cantidad y calidad) para la población a la que se dirige.

## Opinión

Nivel más complejo. Destinatarios: rol de participantes que emiten opiniones

## Decisión

Destinatarios: rol de decisores respecto a objetivos y temas. Proyecto interactivo - modalidad participativa de planificación y gestión



# Niveles de comunicación

Para lograr estos tres niveles, el Proyecto debe:

- Tener conocimiento de los perfiles, expectativas y necesidades de los destinatarios
- habilitar y valorar las instancias de intercambio
- desarrollar estrategias y productos comunicacionales funcionales, específicos o adaptados



# Barrera comunicacional

Discurso unívoco y distintivo: clara identificación del programa y entidad patrocinante

Identidad visual: identifique y diferencie al programa de otros

Estrategia de promoción y comunicación: centrada en la búsqueda de sintonía entre necesidades e intereses de la pob. meta y objetivos y modalidad de la gestión

Su articulación

permite

sortear la

barrera

comunicacional

# Estrategia de Comunicación

Posicionamiento

Diferenciación

Imagen

Llegada al público

Intercambio y  
respuesta

Áreas de trabajo conjunto  
Conforman el diseño de un plan de comunicación

## Formujer: Desafíos comunicacionales básicos

★ lograr que se perciba la articulación entre lo que ofrece la propuesta y las realidades y demandas de potenciales usuarios

★ establecer vínculo con potenciales usuarios/beneficiarios

★ lograr reconocimiento y legitimidad

★ valorizar la propuesta frente a otras

## Estrategia interna y externa tendiente a lograr:

- ➡ presentación de la propuesta que de cuenta de características distintivas y una Identidad Visual que garantice la distinción frente a otras
- ➡ difusión de la propuesta adecuada a rasgos culturales, de interés, de consumo comunicacional de distintos públicos
- ➡ reconocimiento de características y beneficios de la propuesta para usuarios
- ➡ generar canales de acceso real a la propuesta
- ➡ habilitación de intercambios comunicacionales
- ➡ legitimación y adhesión hacia la entidad oferente

# Diseño e implementación

**Componente interno:**  
identidad, organización, gestión

**Componente externo:**  
imagen, legitimación, promoción,  
información, difusión, venta

Seminarios y talleres de  
capacitación a equipos técnicos

Talleres, desayunos de trabajo,  
encuentros, folletos para  
públicos específicos

Acompañamiento y  
asesoramiento técnico para:

- organizar actividades
- producir materiales
- fortalecimiento de  
capacidades de diseño e  
implementación

Campaña multimedial :  
Bolivia, Costa Rica

5 Seminario - taller regionales

Sitio web Mujer, formación y  
trabajo

Publicaciones Formujer

# Algunos resultados alcanzados

- Estrategia de Comunicación concebida como transversal y herramienta de gestión para el logro de los objetivos del Programa.
- El modelo:
  - \* aborda y aporta a la remoción de estereotipos e incorporación de la perspectiva de género en todos los ámbitos
  - \* responde a criterios uniformes y compartidos en lo conceptual con diversidad de énfasis y estrategias
- Acciones en torno al fortalecimiento interno e institucional y a la diseminación y promoción externa y masiva
- Se cuenta con un repertorio amplio de ejemplos y piezas comunicacionales de diversa índole (video, audio, impreso, etc.)

# Algunos resultados alcanzados

- Se logró construir una identidad única a nivel regional (logo y slogan)
- Cumplimiento de objetivos de disseminación y transferencia
- Se ha incrementado la demanda sobre capacitación para mujeres, se ven mejoras en la diversificación ocupacional
- Se multiplican solicitudes de información y apoyo técnico efectivo hacia Cinterfor/OIT a nivel de la región