

Informe Grupo Focal Eje 12

Fecha: viernes 05 junio	Hora: 10 am – 12:30 m.	Eje 12: Estrategia de comunicación y mejora del atractivo de la FP.	GRUPO: 3
--------------------------------	-------------------------------	--	-----------------

Tema:

Encuentro de consulta construcción del Eje 12: Estrategia de comunicación y mejora del atractivo de la FP.

Participantes

	<u>Nombre</u>	<u>Institución</u>	<u>Correo</u>
1	Leda López	UNAH	leda.lopez@unah.edu.hn
2	Amelia Espinoza Hulse	Dirección de Comunicación Estratégica/ UNAH	amelia.espinoza@unah.edu.hn
3	Karla Ramírez	SEDUC	yaniraramz02@gmail.com
4	Sofía Sierra	INFOP	sofiasierra@infop.hn
5	Wendy Alemán	FOPRONH/Consultora	wenka79@gmail.com
6	Dietrich Niklas	FOPRONH	

OBJETIVO

Objetivos:

- i)Recolección de información relativo al eje 12: Estrategia de comunicación y mejora del atractivo de la FP.
- ii) consulta a expertos de las instituciones del sistema EFTP.
- iii) profundizar sobre la temática relacionada con la estrategia de comunicación y mejora del atractivo de la FP, recabando información a través de encuentros con actores del sistema EFTP, que logren ofrecer los mejores aportes que permitan construir insumos pertinentes en la elaboración de la política pública EFTP.

TEMAS TRATADOS

1. Explicación de la metodología taller virtual eje 12 Grupo Calidad.

- *Sesión grabada
- * Tres (3) hasta cinco (5) máximo minutos de tiempo por participantes por cada subtema.
- *Abordar todas las preguntas orientadoras.

2. Abordar las respuestas de las preguntas de los subtemas:

- ∇ Gobernanza de la comunicación
- ∇ Actores institucionales de la comunicación
- ∇ Recursos de comunicación
- ∇ Canales
- ∇ Atractivo de la EFTP

3. Acuerdos/ conclusiones. Plenaria magistral de los participantes (3-5 minutos c/u)

RESUMEN DE APORTES PREGUNTAS ORIENTADORAS

<u>Gobernanza de la comunicación</u>	<u>Aportes</u>
Pregunta (E12p1): ¿El futuro ente rector/impulsor de la política de EFTP contemplará la creación de un área institucional de comunicación o se delegaría en cada una de	UNAH: si es necesario tener una unidad de comunicación estratégica (dirección) ente que se encargue de supervisar y liderar para asegurar la coordinación en alineación de los mensajes, enlaces de comunicación en cada institución

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

<p>las instituciones y organizaciones involucradas? ¿Cómo podría asegurarse la alineación de todos en el mensaje?</p> <p>Conversado y sugerido por eje Gobernanza: Se creará plataforma que integre toda la oferta formativa, el órgano de gobernanza definirá donde se ubica, su estructura y sus articulaciones.</p> <p>Hay otros ejes que tiene aspectos de comunicaciones se recomienda integrar las acciones en una sola estrategia.</p>	<p>(públicos de cada contexto). En la UNAH se trabaja en esa mecánica. Unidad de comunicaciones con su estructura. Que cada institución pueda delegar (asignar) un enlace, por medio de los canales disponibles de cada institución.</p> <p>SEDUC: de acuerdo con UNAH, agregar el diseño de una guía o manual de estrategia de comunicaciones (racional) objetivo acompaña objetivos específicos y la estrategia que contenga el público, medios, canales mediante los cuales se llevará los mensajes.</p> <p>INFOP: Con el fin de lograr una mayor proyección del objetivo, considero se debe crear un solo Comité de comunicación integral del Proyecto para que las acciones se puedan planificar, desarrollar y ejecutar de manera unificada.</p>
<p>Pregunta (E12p2): ¿Será interesante crear una imagen de marca común para la EFTP, para la oferta asociada al Catálogo de perfiles profesionales CPP? ¿habría apertura por parte de las instituciones para ello?</p>	<p>UNAH: Diseño manual de marca común para la EFTP, supervisado por las oficinas en cada institución, alineado al detalle plan de comunicación estratégico y organigrama de responsables y entregables. Si existe apertura de las instituciones. Responsables por cada institución. Diferentes públicos.</p> <p>SEDUC: racional: es importante manual de marca.</p> <p>INFOP: Para lograr un posicionamiento del proyecto, es esencial crear una imagen y manual de marca, lo que se convertirá en el punto de partida para la creación de estrategias.</p>
<p>Pregunta (E12p3): ¿Podrá definirse un plan de comunicación conjunto en el que se ubicaran las acciones de comunicación de cada institución de EFTP de manera alineada? ¿Con qué recursos financiar la estrategia de comunicación?</p>	<p>SEDUC: no se dispone de recursos financieros, se hará la consulta a otros niveles dentro de la institución. De acuerdo con UNAH. Esfuerzos colaborativos con privados.</p> <p>UNAH: consultar a otros niveles dentro de cada institución. Utilizar recursos digitales (redes sociales, web) que se cuentan con capacidades instaladas, mapeo de actores (población meta). Unidad de comunicación Borrador plan de comunicación, compartir con enlaces en cada institución para retroalimentar. Gestionar alianzas con las empresas de comunicación a través de canje, pautas. Enlaces institucionales como parte del recurso. Asignar presupuesto a las unidades de comunicación</p>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

	<p>INFOP: Para evitar complicaciones de presupuesto en cada institución, ya que cada una cuenta con metas propias que debe ejecutar, considero se debe contemplar un presupuesto único para el proyecto. Se podría gestionar a través de patrocinadores o alianzas estratégicas con Cooperación Internacional.</p>
<p>Pregunta (E12p4): ¿Cómo y quién llevaría el monitoreo de la efectividad y alineación de las acciones del plan de comunicación?</p>	<p>UNAH: unidad de comunicaciones (dirección) liderazgo. Responsable de monitoreo.</p> <p>SEDUC: en el plan de medios base para monitoreo.</p> <p>INFOP: Partiendo de mi punto de vista en cuanto a crear un Comité Integral donde participen todos los actores, considero debe crearse dentro del mismo una unidad encargada específicamente del monitoreo.</p>
<p>Actores institucionales de la comunicación</p>	
<p>Pregunta (E12p5): ¿Se considera viable desarrollar una estrategia de comunicación conjunta para todas las instituciones de la EFTP?</p>	<p>Esta abordada en las anteriores.</p> <p>UNAH: unidad de comunicaciones diseña y los enlaces retroalimentación.</p> <p>INFOP: Es lo adecuado, se debe crear una misma estrategia de comunicación, en la que la que se maneje de manera unificada, las líneas de vocería, se deberá definir quiénes serán los voceros y la línea gráfica a nivel integral.</p>
<p>Pregunta (E12p6): ¿Cómo mejorar la orientación vocacional en los centros educativos y en las edades previas a la toma de decisiones enfocada en mostrar las ventajas de las carreras técnicas más que hacia las universitarias? ¿esta estrategia sería posible?</p>	<p align="center">ACORDADO ENTRE LAS PARTICIPANTES PREGUNTA INCONGRUENTE</p> <p>Centros educativos incluye a todos actores del sistema educativo.</p>
<p>Pregunta (E12p7): ¿Será viable desarrollar una campaña estructurada y permanente hacia la fuerza laboral y el empleo? Y no hacia la oferta de formación. ¿Será el COHEP quién debería liderarlo?</p> <p>¿En este momento no se puede definir quién debe liderar esta acción? si se propone que debe ser de ambas líneas alineado con las instituciones formadoras. Pero si debe liderar el sector privado en conjunto con los formadores.</p> <p>Incluir la promoción la investigación/ desarrollo y la promoción aplicado a la innovación aplicada y la transferencia de conocimientos en la EFTP.</p>	<p>UNAH: consulta al sector productivo en la creación de nuevas carreras en base a la demanda del mercado laboral. Campaña estructurada es en ambas vías. Carreras técnicas corta duración mayor especialización hacer énfasis en las bondades de inserción laboral más rápido. Campaña estructurada el COHEP orientar desde la demanda del mercado laboral.</p> <p>SEDUC: flexibilidad ante los cambios del mercado laboral.</p> <p>INFOP: ¿Realizar la campaña enfocada en ambos temas, donde se logre comunicar qué?, a través de la formación profesional, se pueden fortalecer sus competencias y habilidades, ¿lo qué? les permitirá mayores oportunidades des en el campo laboral.</p>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

<p>Pregunta (E12p8): ¿Cómo se enfocaría la estrategia de comunicación dirigida a los empleadores, para que acudan a los egresados de la EFTP para cubrir sus necesidades de recursos humanos cualificados de niveles técnicos?</p> <p>Registro de visibilizar a los jóvenes a través de plataforma pública de promoción parte de la estrategia de comunicación vinculado al mercado laboral (propuesta en el eje 9 gestión del sistema de calidad y mejora continua).</p>	<p>UNAH: Cadena de valor. Sensibilizar a los empleadores desde el inicio, acercamientos. Empoderar a los empleadores desde el inicio creación de la oferta formativa (insumos demanda del mercado laboral) alineado plan de comunicaciones.</p> <p>SEDUC: Grupos focales, orientar currículo.</p> <p>INFOP: Se podría enfocar en la proyección de una bolsa de empleo, donde se tenga en base de datos a todos los egresados y este ser socializado de manera continua con el sector privado, de manera que esta se convierta en una herramienta de reclutamiento para el empleador.</p>
<p>Pregunta (E12p9): ¿Cómo mejorar la estrategia de comunicación de la EFTP para que aumente la corresponsabilidad por parte de las empresas?</p> <p>Participantes preguntan: ¿¿Corresponsabilidad por parte de las empresas?? ¿¿Se refiere contraten a los egresados?? ¿¿O que se refiere o es el aporte a la campaña?? van aportar a la campaña de comunicación? ¿¿Mensajes puntuales que estaremos utilizando para mejorar el atractivo y la corresponsabilidad???</p>	
Recursos de comunicación	
<p>Pregunta (E12p10): ¿Se considera necesario fortalecer los equipos de comunicación institucionales, con un plan de capacitación y actualización tecnológica en el manejo de equipos y software?</p>	<p>UNAH: presupuesto asignado depende da cada institución. Plan de capacitación. Alianzas estratégicas con privados a través de capacitaciones específicas. Existen opciones de capacitaciones complementarias virtuales. Escuelas permanentes de aprendizajes en actualizaciones y capacitaciones. Utilizar los mismos recursos humanos y las plataformas virtuales disponibles de capacitación</p> <p>SEDUC: actualización permanente (capacitaciones).</p> <p>INFOP: El mundo y sus necesidades viven en constante cambio por lo que cada día salen nuevas opciones creativas a las que como consumidores debemos irnos adaptando, es por eso que considero esencial capacitar de manera tecnológica y constante a los equipos para mantenerlos actualizados.</p> <p>FOPRONH: obligación de las escuelas formadoras a nivel nacional.</p>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

<p>Pregunta (E12p11): ¿Se consideraría partir de un diagnóstico comunicacional para enfocar mejor estas acciones?</p>	<p>UNAH: línea base estudio de percepción sobre las carreras técnicas de todos los actores EFTP y los usuarios este es el primer paso. Mapeo de actores y grupos de interés (públicos) y luego el diagnóstico y esto definirá los canales y medios y después la estrategia de comunicación en cada público meta...</p> <p>SEDUC: grupos focales (objetivo).</p> <p>INFOP: de acuerdo con el diagnóstico comunicacional.</p>
<p>Canales</p>	<p>Aportes</p>
<p>Pregunta (E12p12): ¿Se pretende crear un portal o página web común para el sistema de EFTP y cualificaciones, que incluya toda la oferta de EFTP y que enlace con las webs de cada institución?</p>	<p>FOPRONH: una sola página web.</p> <p>SEDUC: de acuerdo</p> <p>UNAH: una página web que compile la información y que los enlaces la alimenten</p> <p>INFOP: Sería lo ideal, ya que al momento de hacer campañas estratégicas o dentro de las líneas de comunicación se mencione un solo portal, de lo contrario se tendrían que promocionar los portales de todos los actores lo cual no proyecta trabajo unificado entre las instituciones.</p>
<p>Pregunta (E12p13): Teniendo en cuenta que los jóvenes acceden a la información y otorgan credibilidad a las redes sociales, ¿se considera importante potenciar la comunicación en ellas como forma más directa y económica de llegar a ese público? ¿Se valora la creación de un manual institucional de redes sociales alineado con el sistema de cualificaciones?</p>	<p>UNAH: utilizamos un manual de uso redes sociales alineado al plan de marca institucional. Preguntas frecuentes (ofertas académicas) ...Redes sociales redirección a la página web. Con el diagnóstico tener un panorama más claro en función de las necesidades.</p> <p>Todas de acuerdo con UNAH.</p> <p>INFOP: Las redes sociales son el medio más cómodo y eficaz, es necesario crear un manual institucional orientado a las redes sociales, donde se pueda tener interacción directa con los jóvenes. Se pueden crear espacios interactivos como participaciones en vivo en ciertos temas de interés o concursos donde se logre la socialización del proyecto y la vez la participación e interés de los jóvenes.</p>
<p>Pregunta (E12p14): ¿Cómo financiar la estrategia de comunicación de la EFTP entre todos los actores desde el punto de vista del beneficio común que reportaría a todos?</p>	<p>Todas acordamos que ya fue evacuada en las anteriores</p> <p>UNAH: presupuesto asignado en todo el proyecto integral. Alianzas utilizar los medios gratuitos estatales.</p> <p>INFOP: Se podría gestionar a través de patrocinadores o alianzas estratégicas con Cooperación Internacional.</p>
<p>Pregunta (E12p15): ¿Pueden llevarse a cabo en canales tradicionales, como prensa, tv o radio, acciones de</p>	<p>UNAH: se pueden utilizar todos los canales mencionados. Carreras técnicas son bloques pequeños, definir cuales carreras a promocionar según demanda en el mercado laboral</p>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

<p>publicidad intensiva y comunes para todos los niveles EFTP en periodos de pre-matrícula? ¿Se considera procedente?</p>	<p>en función de la pertinencia. Los canales tradicionales son viables, pero verificar su factibilidad según disponibilidad presupuestaria por institución. Los privados hacerlo RSC</p> <p>SEDUC: apoyo de las televisoras estatales, canalizar a través del COHEP</p> <p>INFOP: Completamente de acuerdo, se pueden hacer alianzas estratégicas con canales estatales como TNH, RNH, Congreso TV, o canales como TEN Canal 10 que tiene un enfoque educativo y otros tradicionales que quieran sumarse a apoyar la iniciativa.</p>
<p>Pregunta (E12p16): ¿Se considera conveniente el uso de soportes publicitarios de larga duración (gigantografías en ciudad, pantallas led en centros comerciales, entre otros)?</p>	<p>UNAH: depende de los tiempos en este momento no funcionaría y verificar los costos, riesgos convulsión social en las calles. En este momento no conviene el uso de soportes publicitarios de larga duración debido las restricciones de circulación, verificar los altos costos en función del costo-beneficio.</p> <p>SEDUC: repensar para otros medios.</p> <p>INFOP: No es conveniente, es un medio de alto costo y bajo impacto en estos tiempos.</p>
<p>Pregunta (E12p17): Acciones como jornadas de puertas abiertas y ferias tecnológicas acercan la EFTP al público decisor. ¿Puede incentivarse la participación de los jóvenes de primaria y secundaria como acción de orientación vocacional?</p>	<p>UNAH: estas actividades hacemos una vez. Considerar a futuro acompañado a visitas a los centros educativos. Videos compartirlos a las plataformas disponibles. Incorporar nuevas modalidades de comunicación conforme a nuevos contextos durante y después de la pandemia COVID 19.</p> <p>SEDUC: en este momento no, visualizar otros tipos de acciones, flexibilizarnos a los nuevos contextos después de la pandemia a largo plazo.</p> <p>INFOP: Completamente de acuerdo. De hecho, fue una de mis propuestas en la Pregunta (E12p6).</p>
<p>Atractivo de la EFTP</p>	<p>Aportes</p>
<p>Pregunta (E12p18): En términos de la estrategia/plan de comunicación debería de enfocarse en los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El concepto del sistema y los servicios de integración que presta el sistema. 2. Divulgación y promoción de la oferta formativa 3. Acreditación de competencia para hacer atractivo la trayectoria de FP 	<p>UNAH: agregar el tema de monitoreo seguimiento y evaluación y rendición de cuentas. Retomar verificar la línea de diagnóstico.</p> <p>Quién aprobará la estrategia /plan de comunicación???</p> <p>SEDUC: Priorizar 3 aspectos que definan los lineamientos específicos y a partir de ellas poder trabajar.</p>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**

4. Los mecanismos de coordinación entre las instituciones signifiquen un beneficio para el funcionamiento del sistema. Vinculación SENAEH, OML, y otros.
5. Aspectos relevantes de la coordinación interinstitucional que impliquen logros del sistema y promoción de áreas de interés.
6. Incentivos y becas.
7. Alianzas estratégicas con cooperación internacional con otros sistemas, países, CF.
8. Monitoreo seguimiento y evaluación (verificar línea base o diagnóstico).
9. Rendición de cuentas.

PREGUNTA REPLANTEADA CONVERSADA Y PROPUESTA EN CONJUNTO CON EL EJE DE GOBERNANZA....

ACUERDOS y CONCLUSIONES

Gobernanza de la comunicación.

UNAH: Necesario ente regulador unidad comunicación (dirección) que lidere las coordinaciones con cada una de las instituciones del sistema EFTP. Elaborar diagnóstico y luego plan estratégico de comunicación general. Mucho apoyo de las instituciones a través de sus enlaces y la utilización efectiva de los recursos disponibles. Comunicación en escala.

SEDUC: Dirección de comunicación liderando el proceso y delegado a los enlaces.

INFOP: Crear un solo Comité de comunicación integral del Proyecto para que las acciones se puedan planificar, desarrollar y ejecutar de manera unificada.

Actores institucionales de la comunicación

UNAH: Mapeo enlaces de comunicación por cada uno de los actores del sistema EFTP para articularnos alineado al plan estratégico comunicacional.

SEDUC: Definir mapeo actores públicos meta.

INFOP: Se debe definir una estructura organizativa dentro del comité, que definirá los perfiles para cada área.

Recursos de comunicación

UNAH: Presupuesto asignado de comunicación estratégica que sea administrado por la unidad comunicación, capacitaciones continuas incluir a los enlaces de comunicación y voceros. Presupuesto de los equipos tecnológicos (cámara video fotográfica, computadoras, impresoras) y software.

SEDUC: Presupuesto asignado. carecemos de recursos.

INFOP: Gestionar a través de patrocinadores o alianzas estratégicas con Cooperación Internacional.

CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN TECNICA PROFESIONAL HONDURAS

Canales/ plataformas de difusión

UNAH: portal web único unifique y almacene toda la información oferta formativa, entre otros y hacer uso de las instituciones del sistema EFTP, fan page para difundir.

SEDUC: disponible Suyapa medios/ tele básica, canal 10 colaborativo diferentes plataformas a lo interno de la SEDUC.

INFOP: Alianzas estratégicas con canales estatales como TNH, RNH, Congreso TV, o canales como TEN Canal 10 que tiene un enfoque educativo y otros tradicionales que quieran sumarse a apoyar la iniciativa.

Atractivo de la EFTP

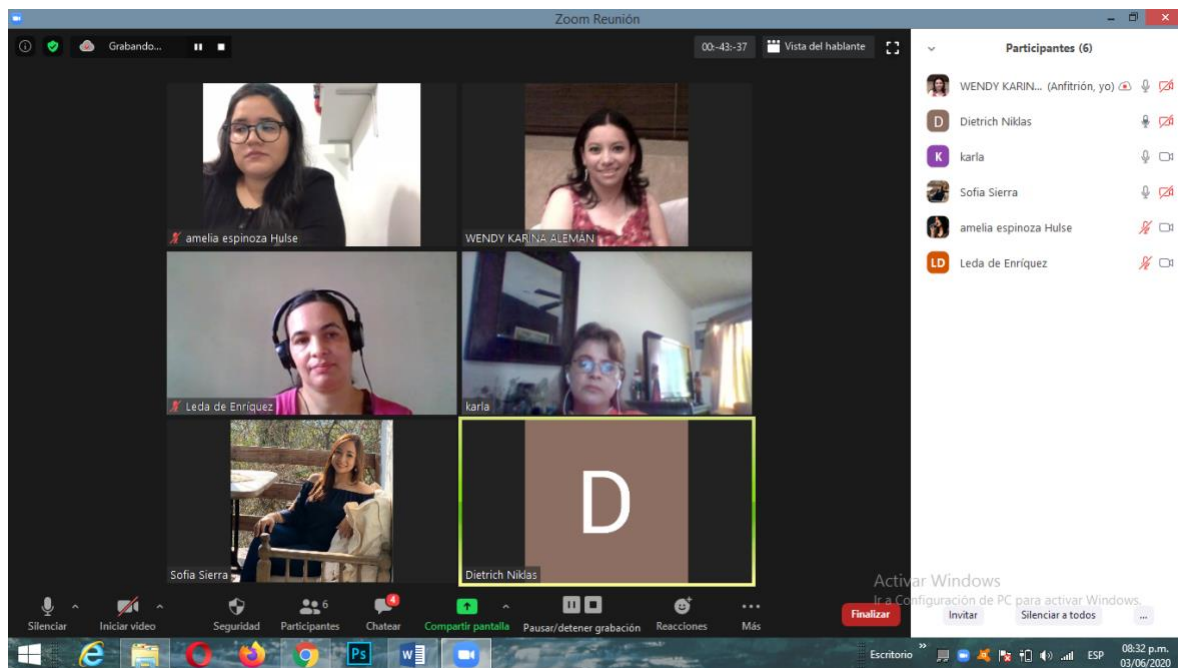
UNAH: Seguimiento y monitoreo/ quien aprobará la política de comunicación (¿consejo? ¿¿Comité??) y agregarlos.

SEDUC: Priorizar 3 aspectos que definan los lineamientos específicos y a partir de ellas poder trabajar.

INFOP: Realizar ferias vocacionales, concursos para becas en redes sociales que sean de incentivo para los jóvenes.

EVIDENCIAS (ADJUNTOS/ FOTOGRAFIAS/link VIDEO)

Taller viernes 05 junio 2020



Link video sesión:

<https://youtu.be/Jz6jrHZEYOU>

**CONSTRUCCIÓN DE LA POLITICA DE EDUCACIÒN Y FORMACIÒN TECNICA PROFESIONAL
HONDURAS**