

Índice

	Desde la coordinación del proyecto Formación técnica profesional	4
	Desde la coordinación de ejecución de la Estrategia de Comunicación	5
1	Introducción	7
2.	La metodología de implementación de la Estrategia	9
3.	Dimensiones estratégicas	10
	Mandatos de los socios	13
	Productos comunicacionales	14
	Cartillas	15
	Guía de relacionamiento de actores locales	16
	Proyecto proyecto Formación técnica profesional	19
	Manual de imagen corporativa	21
	Alianzas estrrtatégicas - Procap	22
	Videos	25
	¿Cómo nos vemos comunicacionalmente hablando?	26
	Carta de Sucel Comunicadores Asociados	29

Desde la Coordinación del proyecto Formación técnica profesional

En la situación de continuos cambios que vive el país, ejecutar estrategias de comunicación desde los programas de cooperación internacional, no es una práctica sencilla pues los interlocutores principales, el Estado Plurinacional de Bolivia a través de los funcionarios de Gobierno, están, al igual que todos y todas nosotras, aplicando desde la base los nuevos lineamientos que exige el proceso.

La tarea, por sí misma compleja, se torna aún más dificultosa cuando se trata de varias instituciones socias que trabajan por un objetivo común, con un financiador común pero manteniendo sus propios objetivos institucionales y sus sistemas y estilos de trabajo.

Ese es, a grandes rasgos, el contexto externo en que se desarrolló la Estrategia de Comunicación del Programa de Capacitación Laboral, PROCAP. Pero el contexto interno también ha tenido cambios incluyendo el del nombre que ahora es un proyecto Formación técnica profesional de la Cooperación Suiza en Bolivia, aunque sus objetivos estratégicos son los mismos y, más bien, se han potenciado a la luz de los resultados de las fases ejecutadas.

Lo importante, sin embargo, es que la Estrategia planificada se ha ejecutado. Ella misma ha sufrido cambios en el proceso de ejecución respondiendo a los mencionados contextos, pero la decisión de comenzar a tratar la comunicación como una actividad transversal tiene sus frutos y ha sembrado las semillas que seguramente cosecharemos en el más largo plazo, como todas las actividades duraderas que enriquecen nuestras actividades.

A la luz de los resultados, los inconvenientes propios de “mirar” en profundidad nuestros problemas y tratar de comunicarlos de manera conveniente en la búsqueda de soluciones, quedan atrás y son parte del enriquecedor proceso.

Eliana Arauco

Coordinadora

Formación técnica profesional

Cooperación Suiza en Bolivia

Desde la coordinación de ejecución de la Estrategia de Comunicación (EC)

Los cambios en la comunicación de nuestro tiempo influyen en todo y en todos. Ya no es posible ejecutar programas de cooperación planificados en un gabinete de expertos. Esos cambios exigen ahora participación, tratar la comunicación como un eje transversal y, por supuesto, todas las actividades quedan expuestas tanto para enriquecerlas con la participación como para criticarlas en la búsqueda de mejorar los sistemas.

Probablemente en este contexto están las respuestas a los cambios en la relación cooperante/cooperado, por lo menos en la experiencia boliviana. Ya no es, por fortuna, una relación vertical donde uno da y otro recibe y se ha convertido en una relación de intercambio, más horizontal, donde de una parte sale el financiamiento pero para lograr objetivos compartidos que, de cualquier manera, aunque los caminos sean más complejos, siempre tendrá mejores resultados.

Por eso ha sido tan grato para el equipo de SUCEL COMUNICADORES ASOCIADOS andar por el camino de ejecutar una estrategia de comunicación que fue planteada a partir de un diagnóstico descarnado donde salieron a luz las debilidades pero también y con la misma fuerza, el deseo de superarlas y de plantar la semilla más importante, a ojos de la Cooperación Suiza en Bolivia, que es la búsqueda de la sostenibilidad de los centros de formación técnica profesional, porque ambos interlocutores han concluido que ese es uno de los buenos caminos y estrategias para que muchos hombres y mujeres de siete departamentos del país encuentren opciones para mejorar sus vidas.

El enorme desafío planteado en junio de 2012 para ser cumplido en los siguientes 12 meses ha sido respondido. No fue sencillo porque la comunicación siempre pone en el tapete de lo evidente los más profundos sentimientos, anhelos y deseos pero es de destacar que en el ámbito de la Cooperación Suiza la idea de fortalecerla no se modificó en el camino.

Pero este primer año de ejecución es solamente un inicio. Con la experiencia adquirida, el proyecto Formación técnica profesional seguirá caminando junto a las instituciones socias buscando en la comunicación no solamente una serie de actividades que fortalezcan los objetivos sino buscando en este intercambio las mejores maneras de ayudar a la gente.

El documento adjunto es una mirada a las experiencias vividas en el proceso, los productos y sus resultados iniciales entendiendo que éstos y la práctica misma de ejecutar una estrategia de comunicación es solamente el inicio de un proceso más continuo, la siembra de una semilla que seguramente dará muchos frutos.

SUCEL COMUNICADORES ASOCIADOS
Consultores externos en comunicación

1. Introducción

Del diagnóstico inicial surgió la propuesta de trabajar la comunicación en tres niveles: la gestión interna, las articulaciones y alianzas estratégicas y la visibilización. La estrategia incluía en su planificación actividades y tareas para potenciar cada uno de estos ejes definidos. Muchos se han modificado en el camino porque las circunstancias obligaron a priorizar de distinta forma.

En el tema de gestión interna nos habíamos planteado actividades para el nivel ejecutivo, técnico y local.

Se elaboró una Guía de relacionamiento con actores locales que pudiera ser una herramienta de ayuda a directores, educadores y facilitadores para involucrar a sus comunidades y entornos más inmediatos, pero también para conocer los artículos de las leyes y decretos que se refieren a la formación técnica profesional. Además del instrumento, se hicieron esfuerzos para capacitar en su manejo a la mayor cantidad de beneficiarios, en talleres realizados en La Paz, Santa Cruz, Chuquisaca y Oruro.

En el nivel de articulaciones y alianzas estratégicas, la elaboración de un plan de alianzas estratégicas y la sistematización de las experiencias.

Para sistematizar las experiencias de enseñanza y aprendizaje de forma compartida, se trabajó en dos videos, uno testimonial y otro motivacional, como herramientas de debate y de intercambio entre grupos, centros y departamentos; un dossier con la información básica del programa y formas de contacto; boletines murales con información interna y la publicación de 30 cartillas con contenidos basados en la experiencia de los docentes y técnicos de las instituciones contrapartes en aquello que les parecía relevante y útil.

Finalmente, en el nivel de visibilidad es donde surgieron los mayores cambios a partir de los de la propia estructura del ex proCAP, ahora convertido en proyecto de Formación técnica profesional y que limitaron las actividades previstas inicialmente aunque se mantuvo la línea de dar a conocer, a través de reportajes, producto de la incidencia con los medios, que hicieran lo suyo para promocionar la estrategia compartida entre la Cooperación Suiza en Bolivia, el Ministerio de Educación a través del Sistema Plurinacional de Certificación de Competencias y las instituciones contrapartes, Fundación FAUTAPO, Comisión Episcopal de Educación (CEE), Fe y Alegría y el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz en vez de promocionar, como era tradicional, el programa mismo.

En esta actividad se priorizó también el público de los municipios porque es allí donde están los grupos que esta sociedad quiere beneficiar a través de una alianza con el Programa de Apoyo a la Democracia Municipal (PADEM) que apoyó la publicación de columnas y reportajes sobre la estrategia y la distribución de materiales de comunicación en los municipios como parte de su ya tradicional “Tapeque informativo”.



Además, se organizó el Primer Concurso de Experiencias Educativas para promover un espacio donde los docentes pudieran compartir su experiencia pero también para que hubiera un intercambio de aprendizajes surgidos en la práctica de la formación técnica profesional.

El tiempo previsto de doce meses quedó corto por la intensidad de las respuestas y propuestas de participación. Muchos tuvieron noticias que contar, experiencias que compartir y propuestas innovadoras no sólo en el campo de la pedagogía de la formación técnica sino en el aprendizaje que los llevó a encontrar rutas novedosas para la utilización de desechos, cuidado del medio ambiente y caminos insospechados para incrementar los ingresos de los alumnos y alumnas asistentes.

La Memoria adjunta es un recuento de esta experiencia. Fuimos a enseñar y terminamos aprendiendo y mucho. Nos encontramos con un país que bulle, con jóvenes, hombres y mujeres, que no solamente quieren aprender sino también participar y con propuestas concretas, iniciativas claras donde lo más saliente no son los recursos sino las ideas.

Como se sabe, toda obra humana es siempre perfectible y más aún en el campo de la comunicación. La semilla está sembrada desde la Cooperación Suiza en Bolivia y sus socios, dependerá ahora de los beneficiarios que comprobaron que no están solos, que son una comunidad en más de 70 municipios con objetivos compartidos, seguir este camino de comunicarse y con ello potenciar la estrategia de la formación técnica profesional.

Allí está el desafío.

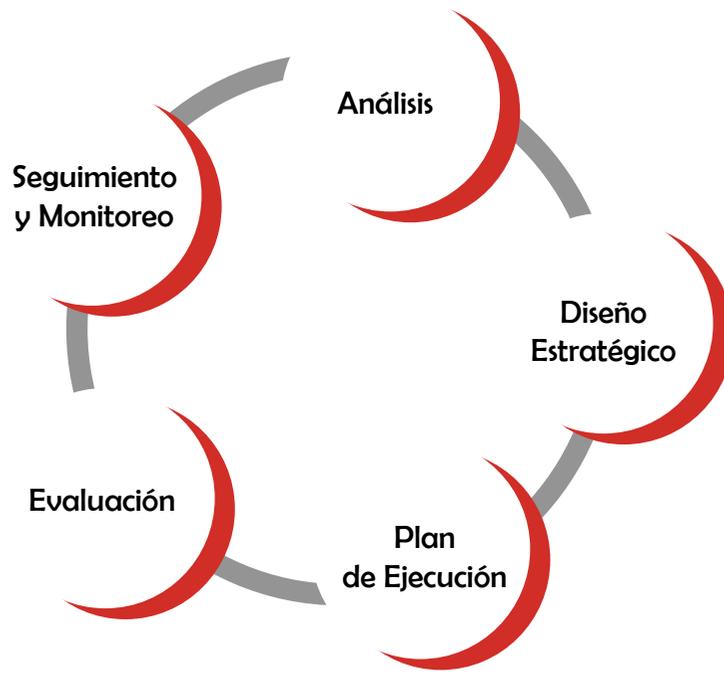
2. La metodología de implementación de la Estrategia

No se podría ni elaborar y menos ejecutar una estrategia de comunicación sin seguir una metodología que ordene las ideas, los objetivos y las actividades y tareas.

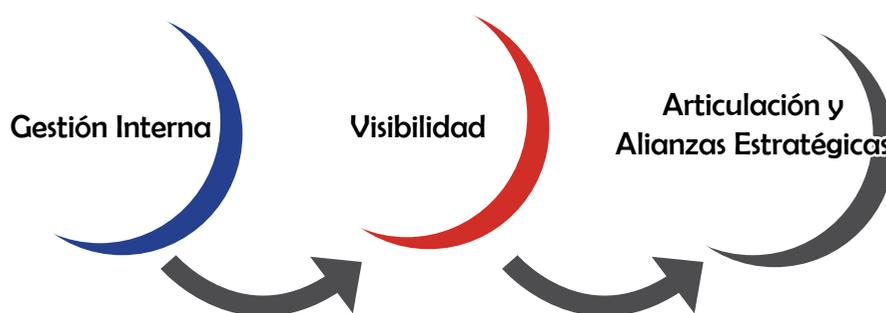
La metodología que utilizamos es un proceso circular que se retroalimenta permanentemente, en cualquier parte del trabajo, para reformular, reconducir o finalmente eliminar actividades cuando veamos que no están dando las respuestas que buscamos.

Nuestra metodología tiene cinco pasos:

1. Análisis o diagnóstico de la situación
2. Diseño estratégico que involucra la definición de públicos, los mensajes que daremos y los medios que vamos a utilizar.
3. El plan de ejecución que establece con detalle cada paso que damos.
4. El sistema de seguimiento y monitoreo de todas las actividades.
5. La evaluación.



3. Dimensiones estratégicas



MENSAJES DE **GESTIÓN INTERNA:**

La **COMUNICACIÓN** es clave para promover la articulación, la gestión de conocimientos, el intercambio de información y la sistematización de experiencias generadas a nivel local que son muy ricas y deben ser rescatadas.

MENSAJE DE **ARTICULACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS:**

La experiencia del proyecto puede ayudar a mejorar la implementación de la ley educativa y también las opciones de trabajo de mano de obra capacitada.

MENSAJE DE **VISIBILIDAD:**

El proyecto cuenta con una estrategia común entre actores públicos, privados y la Cooperación Suiza en Bolivia que apoya y aporta a mejorar la vida de grupos vulnerables en municipios de siete departamentos de Bolivia a través de la formación técnica profesional.

Básicamente, el Diagnóstico de la Estrategia que fue debatido y discutido en varios niveles, especialmente el ejecutivo, el técnico y local, generó mandatos para procesos, productos y tareas en el área de gestión de conocimiento.

DIMENSIÓN	PROCESO	PRODUCTO	GESTIÓN CONOCIMIENTOS
Gestión interna	PCI - Plan Comunicación Interna	Documento	Cartillas
	MSME-Sistema de seguimiento, monitoreo y evaluación	Plataforma	Guía relacionamiento
	Campaña motivación	Concurso y premios	Boletines Videos Memoria
Articulación y alianzas estratégicas	Alianzas	Documento y planificación Reuniones	Dossier Sistematización
	Articulación	Convenio y seguimiento	Acuerdos con otros programas apoyados por la Cooperación Suiza en Bolivia
Visibilización	Manual de Imagen corporativa	Reportajes	
		Programas de radio	

Los objetivos iniciales

OBJETIVOS INICIALES

Favorecer el intercambio y gestión de conocimientos entre las instituciones ejecutoras del programa y otros programas de Cooperación Suiza en Bolivia, potenciando los aprendizajes y resultados a nivel programático.

RESULTADOS INICIALES

SE HA SEMBRADO LA SEMILLA PARA QUE SIGA EL INTERCAMBIO ENTRE CENTROS, DIRECTORES, EDUCADORES, FACILITADORES Y ALUMNOS

30 cartillas de gestión de conocimientos en 9 carreras.

4 periódicos murales con intercambio de noticias entre centros, instituciones y departamentos.

Talleres y capacitaciones en los departamentos de La Paz, Oruro, Chuquisaca y Santa Cruz con directores, facilitadores y educadores.

OBJETIVOS INICIALES

Generar herramientas de comunicación para el desarrollo, favoreciendo la apropiación y corresponsabilidad de actores públicos y privados en torno a la formación técnica profesional y capacitación laboral.

RESULTADOS INICIALES

LA COMUNIDAD DEL PROYECTO FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL DE LA COOPERACIÓN SUIZA EN BOLIVIA CUENTA CON HERRAMIENTAS PARA RELACIONARSE DE MANERA ADECUADA CON SUS ENTORNOS SOCIALES MÁS CERCANOS

Guía de relacionamiento con actores locales.
Planificación de potenciales alianzas estratégicas con actores públicos y privados.

Comunicar y difundir los objetivos y logros del proyecto para lograr apoyo a la implementación de políticas públicas nacionales y subnacionales y al trabajo de cooperación del Gobierno Suizo a través de su proyecto Formación técnica profesional.

Un **documento de presentación** del proyecto de Formación técnica profesional de la Cooperación Suiza en Bolivia.

7 reportajes publicados en la prensa nacional sobre diversos ángulos de la formación técnica profesional.

7 columnas publicadas en el periódico Doctora edilicia de PADEM.

Programa piloto de DVD Foro con dos videos, uno testimonial y otro motivacional.

Envíos de materiales comunicacionales a comunicadores y medios de comunicación de 12 municipios.

5 microprogramas de radio difundidos en medios de comunicación municipales.

Manual de imagen corporativa

Más de **60 reuniones con actores públicos, privados y líderes de opinión.**

Mandatos de los socios

Taller en La Paz agosto de 2012

PARA LO INTERNO



- Compartir logros, experiencias y aprendizajes.
- Estándares de competencias para el SPCC.
- Metodologías comunes
- Experiencias relevantes
- Asignar roles
- Identificar potencialidades en cada socio.
- Proponer un modelo de Educación técnica productiva que recupere los aprendizajes de todos los socios.
- Mayor coordinación.

PARA LO EXTERNO



- Valorar la educación técnica productiva.
- Motivar y sensibilizar socios estratégicos.
- Fortalecer la corresponsabilidad.
- Mejorar la articulación entre educación y producción.
- Coordinar con actores locales relevantes.
- Alianzas con otros programas de cooperación.
- Educarse y formarse para producir.

Productos comunicacionales

Herramientas de Comunicación



Ámbito temático de Formación técnica profesional

- En el año de ejecución de la estrategia de comunicación publicamos cuatro murales informativos.
- La experiencia de elaboración y posterior difusión es una historia en sí misma.
- Recibimos más de 60 noticias enviadas desde los Centros.
- Recibimos comunicación de casi un centenar de participantes entre personal técnico de las instituciones socias, directores, educadores o facilitadores, alumnos.
- Los boletines/murales siguieron un interesante proceso que se inició con la idea de un boletín de 4 páginas y terminó en un mural a sugerencia de los propios coordinadores de comunicación.
- Los Centros educativos colocaron los murales en lugares visibles.

¡COMENZAMOS A COMUNICARNOS!

Cartillas

The collage features several educational cards:

- Analisis de precios unitarios en construcción de viviendas:** A card with a table of unit prices for construction materials and a diagram of a house.
- Efectos de los fenómenos naturales en el suelo:** A card explaining the effects of water, fire, and earthquakes on soil.
- Realicemos una depilación perfecta:** A card with a 5-step guide to waxing, including product recommendations.
- Crianza del pacú en estanques:** A card detailing the steps for raising pacu fish in ponds, including water quality control and feeding.
- Hagamos pantalones de mujer:** A card with a 6-step guide to making women's trousers, including pattern tracing and construction.
- Elaboremos Puertas:** A card with a 2-step guide to making doors, listing materials and tools.
- ¿Cómo armar una colmena moderna?:** A card with an 8-step guide to building a modern beehive, including material selection and assembly.

Organizamos el material por grupos que tienen numeración correlativa y que pueden ir aumentando sin límite.

Hemos iniciado la publicación de series en los siguientes temas:

- Agropecuaria
- Pecuaria
- Metal mecánica
- Confección textil
- Construcción
- Género
- Cosmetología
- Gastronomía y repostería
- Tallado en madera

Guía de relacionamiento con actores locales

http://www.formaciontecnicabolivia.org/files/guia_de_articulacion_actores

En los procesos de capacitación de la Guía, identificamos que los principales actores locales en los municipios son:



INSTITUCIONALES GUBERNAMENTALES	INSTITUCIONALES NO GUBERNAMENTALES	ACTORES SOCIALES	ACTORES COMUNITARIOS	ACTORES DEL SECTOR PRIVADO
Gobierno municipal	FAUTAPO	La escuela que nos cobija	Mesa directiva de padres de flia.	Empresas de energía y agua
Dirección distrital	Fundación Tréveris	Sindicato de maestros urbanos	Centro de estudiantes	Proveedores locales
Subcontraloría	Iglesia Católica	Central provincial	Jóvenes	Cooperativa
Concejo Municipal	Save the Children	Comités de vigilancia	Organizaciones originarias	Emprendedores productivos
Gobernación	Redes	Transporte sindicalizado	Asociaciones de mujeres	Restaurantes
Dirección Dptal. De educación	ONG PAN	Organizaciones campesinas	CEAs	Alojamientos y hoteles
Junta de Distrito	Plan Altiplano	Sindicatos	Juntas de vecinos	Talleres
Jardín Botánico	Universidades con representación local	OTBs	Junta escolar	Bancos
Autoridades	Fundación Nuevo Norte	Bartolinas	TCO	Empresas en general
	Todas las iglesias	Líderes de la comunidad	Club de madres	
	Cooperación Suiza en Bolivia	Sacerdote de la parroquia		
	Proyecto Formación técnica profesional	Catequistas		

Los directores, educadores, facilitadores y docentes que asistieron a los talleres, también identificaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los centros que trabajan en el proyecto:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Items de TGN	Mercado interno	Deserción escolar	Migración
Internado propio	Coordinación y apoyo al sector productivo	Falta de infraestructura y equipamiento en algunos Centros	Poco compromiso de instituciones
Modalidad de formación	Apoyo y coordinación institucional	No contar con un área física en los colegios donde damos clases	Poca valoración de las carreras técnicas
Trabajo en equipo	Desarrollar más alianzas estratégicas	Falta de apoyo de los padres	Autoridades que no cooperan a los jóvenes
Módulos productivos	Lograr el apoyo de instituciones gubernamentales	Falta de apoyo de los directores del colegio al facilitador	Discriminación hacia carreras técnicas
Preparación técnica de facilitadores		No hay coordinación clara	
Buena maquinaria y equipo en algunos Centros		Poco apoyo de los docentes de humanística a los de técnica	
Alianzas estratégicas con las empresas		Faltan aulas adecuadas	
Docentes con iniciativa		No conocemos las leyes	
Presta servicios básicos a la comunidad			
Ayudar a los agricultores			
Certificación y Resolución Ministerial			
Calidad			
Gratuidad			

Los directores, educadores, facilitadores y docentes que asistieron a los talleres, mencionaron la utilidad de la Guía en los siguientes sentidos:

USO PARA EL CENTRO	USO PERSONAL	AYUDA PARA EL TRABAJO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Relacionarnos con actores políticos	Elaborar proyectos y estrategias	Mejorar nuestros ambientes de trabajo	Alcanzar desarrollo sostenible
Identificar debilidades y fortalezas	Mostrar nuestra realidad	Conocer el trabajo que realizamos	Identificar e involucrar a los actores que puedan ayudar
Conocer a las autoridades	Orientarnos mejor	Llegar a las comunidades	Ayudar a generar negocios
Que la gente sepa lo que hace el Centro	Ejercer nuestros derechos	Mejorar el proceso de formación técnica	Intercambiar conocimientos entre facilitadores y directores
Sensibilizar a las autoridades	Hacer proyectos	Hacer una radiografía de nuestra institución	Animar a la gente a formarse
Mejorar los ingresos del Centro	Texto de consulta	Coordinar mejor con otros	Fortalecer carreras técnicas
Transmitir información	Mejorar nuestra formación	Informar para beneficio de los estudiantes	Hacer alianzas duraderas
Mejorar las condiciones actuales	Ser oportunos	Incluir la Guía en el proyecto institucional de los Centros	Conocer el trabajo productivo
Buscar soluciones		Rescatar desde los Centros la cultura regional	

Proyecto Formación técnica profesional de la Cooperación Suiza en Bolivia en los medios de comunicación



Página SIETE.bo
Leticia Sainz
Formación técnica profesional: campo de oportunidades
- 02/08/2013

Cuando se habla de educación también se habla de sueños, de esperanzas y de un "futuro seguro", sin embargo, profundizar en ella refiere a temas más complejos como el acceso, la oportunidad y el mercado laboral. Esos son algunos de los temas que tienen que ver con la formación, especialmente cuando se trata de jóvenes que, sin excepciones, se plantean la pregunta ¿qué estudiar?, ¿cómo hacerlo?, ¿cuánto cuesta?, y, la más importante: ¿cómo vivir de eso en el futuro?

Lo cierto es que la educación es el eslabón que puede mejorar la vida, superar la pobreza y superarse humanamente, pero nada es tan fácil ni tan fácil. En Bolivia, el 25% de la población de jóvenes entre 19 y 24 años, está prácticamente excluido del sistema educativo y aunque el Estado subvenciona la universidad pública, paradójicamente, a ella tienen acceso los jóvenes con mayores ingresos. Es decir, que la población juvenil de los estratos medios y bajos, económicamente hablando, no solamente no tiene acceso a la formación superior ni en las universidades sino que además, no cuenta con opciones alternativas de formación técnica para hacer realidad el sueño de educarse.

Constatada la realidad, los jóvenes miran entonces hacia la formación técnica que también tiene sus problemas. El principal, que las opciones están mayoritariamente en áreas urbanas y la ofrecen instituciones privadas con costos a veces inabarcables; las que ofrece el Estado, con mayor acceso, enfrentan el problema de que son impartidas desde el sistema formal en institutos de convenio o universidades, pero también sin una política curricular clara, dado que el proceso de puesta en marcha de la Ley 070 de Educación Arceano Sainz y Elizardo Pérez requiere de un tiempo para ponerse en marcha.

Los caminos para estos jóvenes se presentan llenos de dificultades y la situación no es ajena a los estudios e investigaciones que se han hecho para subsanar, aunque sea en parte, esta falla estructural.

Uno de esos caminos auspiciados es el que ofrece el proyecto de Formación técnica profesional de la Cooperación Suiza en Bolivia que tiene varias características especiales: la primera, que se trata de una alianza de instituciones como la Comisión Episcopal de Educación, la Fundación Futuro, Fe y Alegría y la Alcaldía de La Paz que se unen a los esfuerzos del



La estrategia de comunicación tenía el mandato de visibilizar la formación técnica profesional como una estrategia compartida entre el Estado, la Cooperación Suiza en Bolivia y las contrapartes del Proyecto: Fundación FAUTAPO, Comisión Episcopal de Educación, Fe y Alegría, el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz y el Sistema Plurinacional de Certificación de Competencias del Ministerio de Educación.

Aunque se seleccionaron siete temas para los reportajes, el contenido de todos ellos apunta a revalorizar la formación técnica profesional, colocar en la agenda informativa los datos y estadísticas que muestran las debilidades del sistema educativo en lo que se refiere a la educación técnica, la situación de los jóvenes y las mujeres que aspiran, como todos, a un mejor nivel de vida a través de la educación y, finalmente, las oportunidades que brinda el estado para esta estrategia.

Los reportajes también dieron a conocer los lineamientos básicos de la estrategia de la Cooperación Suiza en Bolivia que es una de las pocas que trabaja en el país sin interrupciones desde 1969 y que ha logrado acoplarse a los objetivos estratégicos del Gobierno para colaborar en aquellas áreas donde su ayuda puede ser más efectiva.

La publicación de los reportajes no fue la única actividad de visibilización. También se elaboró un documento que da cuenta de los datos esenciales del Programa, el contenido de sus fases, objetivos y metas. El documento que llamamos DOSSIER INFORMATIVO, está a disposición de autoridades, contrapartes y directores que quieran mostrar, en el trabajo de búsqueda de aliados, qué hacemos, cómo lo hacemos y con qué resultados.

Manual de imagen corporativa

Las principales orientaciones de manejo de imagen



El proyecto Formación técnica profesional tiene socios con identidad gráfica propia, sin embargo, hemos convenido utilizar ciertos elementos de identificación que complementen esa imagen construida en el trabajo cotidiano en los centros de educación técnica donde trabajamos.

En concordancia con este acuerdo, el Manual no solamente contiene las directrices del uso de logotipos, colores, tamaños y ubicación en los materiales, sino que también da a conocer la Misión y Visión de cada una de las contrapartes, su línea gráfica y la combinación que podemos hacer de todos esos elementos de identificación en una presentación colectiva.

Alianzas estratégicas - Proyecto Formación técnica profesional



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

GRUPO	Nº	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	CONTACTO
PÚBLICO	1	Luisa Limachi	Min. Desarrollo productivo	Comunicación	2124235
	2	Rubén Costas	Gobierno Autónomo SC	Gobernador	3349228
	3	Oscar Ortiz	Gobierno Autónomo SC	Sec. Rel. Internacionales	
	4	María Silvia Baldomar	Gobierno Autónomo SC	Sec. Planificación	
	5	Verónica Basaure	Gobierno Autónomo LP	Comunicación	2204380
	6	María Luisa Quispe	Gobierno Autónomo Chuquisaca	Gestión Social	643961
	7	Osman Arancibia	Gobierno Autónomo Chuquisaca	Comunicación	
	8	Roger Rioja	Alcaldía Padilla	Director Desarrollo Económico	contacto personal en visita
	9	Domingo Salazar	Padilla	Sacerdote de Padilla	Parroquia Padilla
	10	Walter Irala	Alcaldía Padilla	Director Distrital	73403583
	11	Alejandro Rodriguez	Alcaldía Caracollo	Alcalde	74112212
	12	Edifredo Morales	Alcaldía Caracollo	Director Distrital	71853366
	13	Pastor Vallejos	Alcaldía Caracollo	Oficial Mayor	77153258
	14	Alejandrina Aymes	Alcaldía Caracollo	Presidenta del Consejo	Ya no está en el cargo
	15	Nelson Ventura	Alcaldía Caracollo	Técnico RRHH	sumaj_v@hotmail.com
	16	Mercedes Limachi	Alcaldía Batallas	Técnico RRHH	76722724
	17	René Choquehuanca	Alcaldía Batallas	Concejo	
	18	Mario Llanos Sevillana	Alcaldía Mizque	Director Distrital	74306040
	19	Jhony Pardo Ramirez	Alcaldía Mizque	Alcalde	72717500
	20	Antonio Viracoti Moirenda	Ascención de Guarayos	Director Distrital	76616453
PRIVADO	21	Milton Gonzales	Alcaldía Mizque-Ejecutivo Central Campesinos	Desarrollo Humano	72204690
	22	Daniel Sanchez	CEPB	Presidente	2420999
	23	Rodrigo Agreda	CEPB	Gerente General	
	24	Narda Rojas	CEPB	Comunicación	
	25	Max Gastelú	Fed. Empresarios La Paz	Presidente	2312358
	26	Gabriel Dabdoub	Fed. Empresarios Santa Cruz	Presidente	3334259
	27	Carlos Flores	Fed. Empresarios Cbba	Presidente	4663682
	28	Marcos Dips	Fed. Empresarios Chuquisaca	Presidente	46455092
	29	Jorge Barrientos	Fed. Empresarios Oruro	Comunicación FEO	25252054
	30	Armando Gumucio	CNI	Ex Presidente	2374477
	31	Pilar Hoyos	CNC	Comunicación	2333232
	32	Juan León	ANP	Gerente General	2794208
	33	Marcos Dipp	ANP	Presidente	

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

PRIVADOS	34	Ronald Grebe	ANPeriodistas	Presidente	2430340
	35	Pedro Glacinovic	ANPeriodistas	Past Presidente	
	36	Raúl Peñaranda	Página 7	Director Distrital	2611700
	37	Consuelo Miralles	LA Patria	Gerente propietaria	sólo celular
	38	Mónica Guardia	La Prensa	Directora a.i.	sólo celular
	39	Amalia Pando	Radio Erbol	Periodista . Conductora	2204498
	40	Mario Espinoza	Pentágono	Director	2423222
	41	Carlos Valverde	Sin Letra Chica	Director	3300591
	42	Maggy Talavera	Semanario Uno	Directora a.i.	3503585
	43	Juan C. Salazar	ANF	Director prensa	2335577
	44	Juan Carlos Arana	Postdata	Director	2423222
	45	Marcelo Tedesky	El Deber - La Paz	Corresponsal	60557867
	46	Lucía Sauma	Canal 7	Directora Programa	70640117
	47	Tufí Aré	El Deber	Jefe Redacción	75668821
	48	Antonio Barriga	Periódico ciudadano	Director	73070568
49	Renán Estenssoro	FPP	Director	2912639	
50	Javier Castaños	FPP	Coordinador académico		
COOPERACIÓN INTERNACIONAL	51	Cristina Padilla	RADIO MARIA REINA DE LOS APOSTOLES	Monteagudo	77136675
	52	Edwin Cuellar	RADIO ESMERALDA TV	Sucre	72895238
	53	Limbert Casazola	RADIO LIROMAR	Vaca Guzmán	74458127
	54	Olga Garnica	RADIO MAURO NUÑEZ	Villa Serrano	63425855
	55	Juan Patty	RADIO LIDER	Batallas	67009275
	56	Cruz Alvarez	RADIO TV CARANAVI	Caranavi	71511650
	57	Felix Condori	RADIO EMISORAS BOLIVIA	Oruro	73835760
	58	Elizabeth Ugarte	RADIO WAYNA POT'OJSI	Potosí	72424912
	59	Fredy San Miguel	RADIO y TV UNCÍA	Uncía	71852166
	60		Radio Asención	Asención	
	61	Isabel Vettori	Canal Parapetí	Camiri	79171494
	62	Apolinar Mareño	RADIO TV. MELODIA	Comarapa	76631605
	63	Nirza Cueto	RADIO ARCO IRIS	Cuatro Cañadas	71383752
	64	José Luis Morales	RADIO INTEGRACIÓN	Santa Cruz	72697316
	65	"Martin Pérez	PADEM	Director	2115729
	66	Guimer Zambrana	PADEM	Comunicación	
	67	Abdel Padilla	PADEM	Comunicación	
	68	Isabel Mercado	PADEM	Comunicación	
	69	Rosario Tindal	PADEM	Comunicadores loc.	

Videos



La ejecución de la Estrategia de Comunicación no habría sido completa sin la incorporación de la imagen.

Hicimos dos videos. Uno motivacional que nominamos como “Para los que no se conforman” y el otro que relata el testimonio de vida de una de las participantes pero que es una historia que se repite en diversos lugares y con distintos protagonistas. En este caso, plasmamos el “Diario de una pollera”

La utilidad de los videos es el aporte más interesante porque elegimos cuatro centros para que vean el material, lo discutan en grupos y nos envíen sus comentarios que fueron intercambiados con los grupos restantes.

¿Cómo nos vemos comunicacionalmente hablando?

Quiero decirle que con este proyecto aprendí la importancia de la comunicación entre personas ya sea facilitador, participante o emprendedor – cliente.
Delby Zárate Rojas – Monteagudo

La comunicación es muy importante para la coordinación y la ejecución de las diferentes actividades que tiene el Programa y los centros de educación alternativa.
Omar Chura – Muyupampa

Es muy importante la comunicación porque el conocer las experiencias de alumnos y facilitadores de otros Centros nos motiva y nos ayuda a ser mejores cada día, por otro lado nos permite también dar a conocer nuestras fortalezas y debilidades a los demás compañeros.
Ismael Padilla – Huacareta

La comunicación es de máximo valor por la motivación y el progreso de experiencias de personas de bajos recursos, además tengo especial emoción para mejorar la enseñanza.

Con la comunicación logramos aprender y adquirir experiencias de otros centros y de la misma manera, podemos mostrar el trabajo que realizamos para que otros puedan usar nuestra experiencia como ejemplo.
Carlita Guzmán – Monteagudo

La comunicación es lo más esencial e importante para contagiar los logros que tiene el Programa y beneficiar a las familias más humildes del país.
Taller de Monteagudo

La comunicación es tan importante dentro del Programa, gracias a ella muchas familias demuestran el cambio de vida que llevan, pero aún sigue habiendo comunidades aisladas donde hay poco acceso, sin carreteras, pero allí se lleva adelante el funcionamiento de este centro.
Jovita Alodia Gutierrez - San Jorge de Ipaty

La comunicación tiene un valor indispensable porque sin ella estamos perdidos. Gracias por la comunicación en todas las formas, lograremos más éxitos si nos comunicamos entre centros de todo el país.
Rafaela Chacón – Villa Vaca Guzmán

Recibimos poca información y esto es muy importante para adquirir información que no conocemos.
Manuel Cerezo Mejía – Monteagudo

La comunicación es importante en todo el municipio. Sería que pongan un teléfono corporativo para las direcciones y así podríamos informar a las personas responsables y enviar información y noticias para los boletines.

Milton Guzmán – San Jorge de Ipaty

Es de vital importancia para la difusión del Programa y los conocimientos y experiencias que tenemos hacia toda la sociedad.

Oscar Soliz Márquez – CEA San Isidro

La comunicación nos hace exitosos en el entorno tan complejo en que vivimos. Comunicarnos entre centros son cambios de experiencia aplicable que nos enriquece cada día más. La comunicación nos hace falta para ser grandes emprendedores.

Josefa Céspedes – Muyupampa

Valoramos el trabajo de comunicación porque nos permite evidenciar logros en el tema formativo y productivo importantes para el desarrollo.

Victor Hugo Doria Medina – CEA Jorge Vargas

La comunicación es sumar a la experiencia de la formación técnica; sin comunicación no se llega lejos porque sólo unos cuantos la centralizan, por lo tanto, la comunicación debe llegar a todas las comunidades en transformación para la vida.

Taller de Monteagudo.

El valor de la comunicación en el Programa es algo muy importante porque podemos mostrar los valores que necesitamos para mejorar la formación.

Maiver Mendoza – San Isidro

Debemos fortalecer la comunicación y darle más importancia en el programa. Podemos conocer de todo y tener éxito en cualquier idea.

Plácido Padilla – CEA Jorge Vargas

La comunicación es vital e importante porque a través del intercambio de experiencias que tenemos los CEAs podemos fortalecer nuestros conocimientos y copiar otros para adaptarlos y mejorarlos de acuerdo a nuestro contexto.

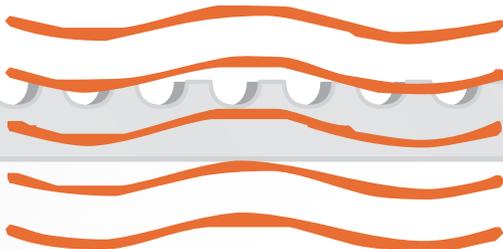
Directora María Elena – CEA Jorge Vargas

Es importante la comunicación en el programa puesto que antes no se podía socializar ni compartir experiencias que logramos durante la formación, o comunicarnos con otros actores para poder mejorar la formación técnica y por ende el desarrollo de la región, además a través de la comunicación involucramos a más actores a nuestro objetivo.

Orlando Espada – CEA Jorge Vargas

La comunicación es vida para superarnos diariamente.

Taller de Monteagudo



Han pasado doce meses desde que iniciamos la ejecución de la Estrategia.

Apenas hemos comenzado.. hay mucho por hacer porque la gran familia del proyecto Formación técnica profesional tiene una enorme necesidad de comunicar y comunicarse. Ya lo hemos comprobado.

Los productos, los procesos y los materiales que se elaboraron y difundieron constituyen en conjunto solamente la “primera semilla”.

Habrà otras ideas, otras iniciativas que seguirán este camino que hemos iniciado entre todos.

No solamente enseñamos, también aprendemos cada día porque recibimos innumerables ejemplos de vida de los participantes que son la Bolivia que debemos mostrar con entusiasmo.

SUCEL - Comunicadores Asociados



