


Estrategia de Comunicación Institucional Sensible al Género

COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA



Elaborado por: Unidad de Comunicaciones Institucionales y
Unidad de Género

VERSIÓN PARA CONSULTA

Contenido

Introducción	3
I. Insumos para la construcción de la Estrategia	4
II. Levantamiento de matriz FODA para la implementación de la Estrategia de Comunicaciones Sensible al Género.....	5
III. Objetivos de la Estrategia.....	6
IV. Público a quién va dirigida la Estrategia.....	6
V. Mensajes para cada público	7
VI. Canales de comunicación para cada público	8
VII. Planteamiento de Estrategias y Líneas de acción	9
VIII. Plan de Trabajo -Período 2019-2021.....	11

Introducción

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa comprometida con aportar al cumplimiento de la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres, específicamente en lo establecido en el artículo 15 ha incorporado una línea de acción dentro de su Política Institucional de Igualdad y No Discriminación, que contempla: *“Incorporar el enfoque de igualdad de género en la comunicación institucional tanto en la información que se brinda a la ciudadanía como la que se brinda entre el personal”*.

3

Para ello, se han creado herramientas importantes para lograr su implementación, tales como, la Guía Práctica para el Uso del Lenguaje Inclusivo Institucional, se han producido campañas de sensibilización internas, se ha capacitado al personal y se han aprobado documentos que están generando las condiciones para lograr mayor igualdad. La Unidad de Comunicaciones Institucional y la Unidad de Género han coordinado esfuerzos para incluir mensajes que sensibilizan la participación de mujeres y hombres en el mundo de las empresas, así como destacar aportes y capacidades de ambos géneros, además se han adoptado nuevas formas de nombrar y representar la realidad de las mujeres y hombres.

Materiales promocionales, documentos informativos, publicaciones institucionales, videos y otros elementos de comunicación, se han reproducido teniendo presente la importancia de la igualdad de género y buscando incidir en un cambio cultural donde el rol de las mujeres destaque comunicacionalmente.

No obstante, a pesar de este importante avance es fundamental contar con una **Estrategia de Comunicación Institucional Sensible al Género**, que incorpore estas y otras acciones, bajo un planteamiento estratégico de mediano plazo que las respalden y que permitan ser la guía de trabajo para los años venideros, tanto al interior de la institución, como para fortalecer el trabajo comunicacional hacia las personas que lideran una micro o pequeña empresa e incidir en otros actores claves que se relacionan con el quehacer de la institución.

Con esta acción la institución consolida su opción estratégica por aportar a la igualdad de género a nivel interno y externo de la institución, adaptada a la nueva realidad social donde la comunicación juega un rol relevante para crear formas de representación, conceptualización y visibilización de las mujeres más inclusivas, libres de estereotipos y de discriminaciones.

La estrategia contempla un Plan de Trabajo para 3 años (2019-2021), estableciendo 3 estrategias, la primera dirigida al personal interno de CONAMYPE y la segunda y tercera dirigida hacia público externo que tiene vinculación con la institución. Se han planteado 12 líneas de acción y 19 acciones.

El documento se estructura de la siguiente manera: insumos para construcción de la estrategia, matriz FODA de la institución en relación a la comunicación y transversalización del enfoque de género, objetivos de la estrategia, definición de públicos, mensajes y canales de comunicación para cada público objetivo, planteamiento de las estrategias y un plan de trabajo, el cual establece tiempos, recursos necesarios, áreas responsables, indicadores y medios de verificación.

I. Insumos para la construcción de la Estrategia

La institución cuenta internamente con avances en materia de transversalización del enfoque de igualdad de género: una Política Institucional de Igualdad y No Discriminación aprobada, una Guía Práctica para el Uso del Lenguaje Inclusivo Institucional, programas especializados para la atención de la Empresarialidad Femenina, documentos que desagregan la participación de las empresarias con respecto a los empresarios o personas emprendedoras, lo que ha permitido evidenciar que son mujeres emprendedoras y empresarias las que mayoritariamente demandan los servicios que brinda CONAMYPE; se han impulsado campañas de sensibilización al personal de manera interna y externa sobre el tema de igualdad de género y se ha programado el uso de imágenes en actividades no tradicionales de hombres y mujeres, entre otros.

La Unidad de Comunicaciones por su parte, cuenta con datos de las redes sociales y especialmente de Facebook que indican que el 66% de las personas seguidoras son mujeres y el resto hombres, por lo que es importante continuar trabajando conceptos de comunicación incluyentes.

Otro dato importante que destaca es que el rango más fuerte de la edad de las mujeres usuarias es entre 18 a 44 años, al igual que los hombres, siendo personas jóvenes las que tienen acceso a diferentes medios y fuentes de información hoy día, situación que debe aprovecharse para abonar a la construcción de relaciones más igualitarias e inclusivas.

El equipo de la Unidad de Comunicaciones de CONAMYPE se ha incorporado a la sensibilización a través de diferentes procesos formativos en el tema de igualdad, vida libre de violencia para las mujeres, masculinidades y algunos procesos relacionados a la comunicación con perspectiva de género, garantizando de esta forma un compromiso con este proceso. No obstante, son formaciones aún muy genéricas que si bien han abonado a la sensibilización, habrá que profundizar en la formación de este equipo, a fin de dotarles de mayores herramientas prácticas y metodológicas para la implementación del enfoque de igualdad de género en los contenidos, herramientas y canales de comunicación con los que cuenta la CONAMYPE; sin duda que ello requerirá la coordinación con la Unidad de Género.

Asimismo, es básico formar al personal de la institución, a personas de las instituciones aliadas, a periodistas y otros públicos en esta nueva forma de comunicar.

Por último, pero no menos importante es destacar la necesidad de llevar un mensaje inclusivo a nuestra clientela, personas de las micro y pequeñas empresas y personas emprendedoras, de tal manera que se sientan identificadas y se conviertan en agentes multiplicadoras de mejores relaciones entre mujeres y hombres.

II. Levantamiento de matriz FODA para la implementación de la Estrategia de Comunicaciones Sensible al Género.

El diseño de la estrategia implicó la identificación de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la institución en relación a la comunicación y transversalización del enfoque de género, el cual fue levantado por la Jefa de la Unidad de Comunicaciones y Jefa de la Unidad de Género.

ANÁLISIS INTERNO

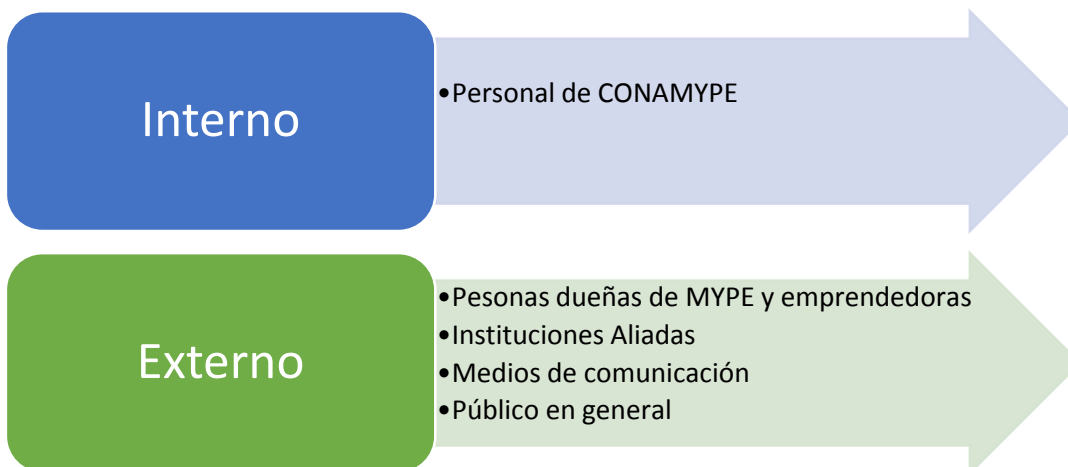
ANÁLISIS EXTERNO

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ El 43% del personal está formado en uso de Lenguaje Inclusivo Institucional y el 39% en teoría básica de enfoque de género. ✓ Se cuenta con una Unidad de Género. ✓ Se cuenta con una Política Institucional de Igualdad y No Discriminación ✓ Guía Práctica para el Uso del Lenguaje Inclusivo Institucional. ✓ Equipo de Unidad de Comunicaciones sensible al tema y con formación en lenguaje inclusivo. ✓ Herramientas de comunicación institucional para transmitir los mensajes. ✓ La máxima autoridad está comprometida con el fomento en la igualdad de género. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El avance que tiene CONAMYPE en el tema de igualdad de género ha permitido su participación en el Programa Piloto Sello de Igualdad en el Sector Público, implementado a nivel global. ✓ De obtener este reconocimiento puede generar que la institución logre consolidar la institucionalidad del tema. ✓ La CONAMYPE es referente en la transversalización del enfoque de género a nivel nacional y regional. ✓ Marco Normativo favorable para el avance de los derechos de las mujeres.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> χ Aún no se logra que todo el personal incorpore en su cotidianidad laboral el tema y lo considera como una tarea adicional o innecesaria. χ La Unidad de Comunicaciones Institucional y Unidad de Género dispone de poco personal para atender el tema de manera más amplia. χ Todavía hay personal que no se siente identificado con el tema. 	<ul style="list-style-type: none"> χ Nueva administración que no dé prioridad a la comunicación con enfoque de género. χ Que los medios de comunicación no tomen en cuenta esta nueva perspectiva de trabajo. χ Resistencia de los medios, especialmente al lenguaje inclusivo.

III. Objetivos de la Estrategia

- Contar con una estrategia comunicacional que aporte a la consolidación del proceso de transversalización del enfoque de igualdad de género en CONAMYPE como mecanismo de construcción de nuevas formas de comunicación inclusivas y no sexistas.
- Dar cumplimiento a la legislación vigente que mandata al Estado promover sistemáticamente la eliminación del uso sexista del lenguaje y las expresiones discriminatorias contra las mujeres, en todos los mensajes de su marco institucional.
- Posicionar a la CONAMYPE como una instancia nacional que promueve el desarrollo de la MYPE bajo el enfoque de igualdad de género en todo su quehacer institucional.

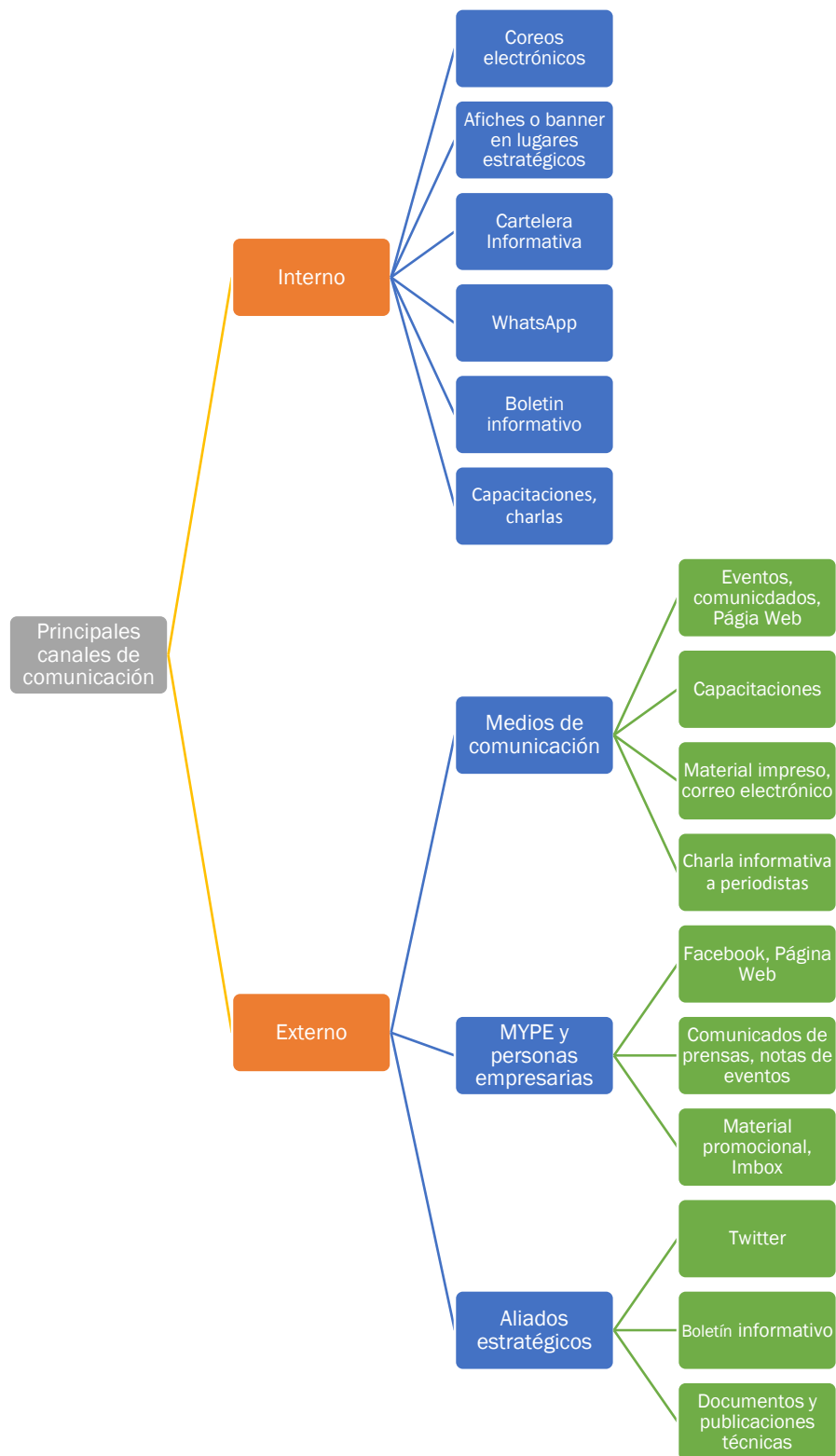
IV. Público a quién va dirigida la Estrategia



V. Mensajes para cada público



VI. Canales de comunicación para cada público



VII. Planteamiento de Estrategias y Líneas de acción.

A nivel interno

Estrategia 1: Reforzar las capacidades del personal para el uso de la comunicación sensible al género asegurando que hombres y mujeres compartan la responsabilidad de promover una comunicación incluyente y no sexista.

Esta estrategia permitirá que el personal se empodere de la necesidad de impulsar una comunicación inclusiva, que va desde el discurso, vocabulario, contenido, materiales informativos, presentaciones, informes, estadísticas, entre otros. Este tipo de comunicación puede llegar a audiencias a nivel técnico, empresarial o interno.

Además se busca que la comunicación interna en todos los niveles y canales de comunicación tenga este componente inclusivo: correos electrónicos, memorándum o reuniones, entre otros aspectos, para ello es preciso el uso de expresiones no sexistas o neutras, que no oculten lo femenino o lo coloquen en un plano secundario en relación a lo masculino.

Líneas de acción de la estrategia

- 1.1** Formar al personal para el uso de una comunicación inclusiva y no sexista.
- 1.2.** Elaborar y difundir lineamientos para la producción de contenido comunicacional para los programas de CONAMYPE sensibles al género.
- 1.3** Realizar campañas informativas a nivel interno para mejorar la sensibilidad de género del personal de CONAMYPE.
- 1.4** Incorporación de lenguaje inclusivo en los documentos administrativos e informes institucionales, así como en otras herramientas de comunicación interna desarrolladas por la institución.
- 1.5** Posicionar el compromiso de las autoridades con la igualdad de género.

A nivel externo

Estrategia 2: Consolidar con el público externo una imagen institucional comprometida con la Igualdad de Género.

Se pretende mediante esta estrategia elevar ante medios de comunicación y públicos externos el trabajo institucional en el tema de igualdad, también del rol que juega la mujer en la empresariedad y en la economía del país, para lo cual se hará uso de diferentes herramientas.

10

Líneas de acción de la estrategia

- 2.1** Realizar un micro sitio en la Página web institucional para informar sobre los avances institucionales en la incorporación del enfoque de género.
- 2.2** Incorporar en la agenda anual de conferencias de prensa o gira de medios una relacionada a los avances institucionales en la implementación del enfoque de igualdad de género en los programas de CONAMYPE.
- 2.3** Incorporar en la recopilación de historias empresariales de éxito la participación de al menos el 50% de mujeres.
- 2.4** Desarrollar campañas para la promoción de mujeres empresarias o cierre de brechas a nivel de las MYPE.
- 2.5** Construir un banco de fotos de mujeres empresarias y emprendedoras.

Estrategia 3: Sensibilizar a los medios de comunicación que dan cobertura al tema económico, en la aplicación de una comunicación inclusiva y de la importancia de visibilizar el aporte de las mujeres de la MYPE en la economía nacional.

Trabajar directamente con los periodistas un plan de sensibilización y formación para que puedan generar información y comunicación inclusiva, además de mostrarles el rol que tiene la mujer en la economía y las condiciones de desigualdad, con la finalidad de que abonen a un enfoque más integral al abordar la participación de las mujeres en las micro y pequeñas empresas.

Líneas de acción de la estrategia

- 3.1** Brindar a los periodistas lineamientos básicos para una comunicación inclusiva.
- 3.2** Capacitar a los periodistas en el rol de la mujer empresaria y emprendedora del país.

VIII. Plan de Trabajo -Período 2019-2021

Estrategia 1: Reforzar las capacidades del personal para el uso de la comunicación sensible al género asegurando que hombres y mujeres compartan la responsabilidad de promover una comunicación incluyente y no sexista.							
Actividades	2019	2020	2021	Unidad Responsable	Recursos Necesarios	Indicadores	Medios de Verificación
L 1.1 Formar al personal para el uso de una comunicación inclusiva y no sexista.							
1.1.1 Capacitar sobre la base de la Guía del Lenguaje inclusivo entre el personal que no ha recibido dicha formación.	X	X	X	Unidad de Género	Guía, presentación, convocatoria	Al finalizar el año 3 el 75% del personal que no ha recibido formación ha sido capacitado en la guía	Lista de asistencia Fotografías
L 1.2 Elaborar y difundir lineamientos para la producción de contenido comunicacional para los programas de CONAMYPE sensibles al género.							
1.2.1 Elaborar un documento de lineamientos para la incorporación del enfoque de género en las publicaciones institucionales.	X			Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones, asistencia de ISDEMU	Al finalizar el año 1 se cuenta con un documento sobre lineamientos para la incorporación del enfoque de género en las publicaciones institucionales aprobado	Documento aprobado
1.4.2 Capacitación al personal sobre los lineamientos de comunicación con enfoque de género a Gerencias y Jefaturas estratégicas	X			Unidad de Comunicaciones	Convocatoria, sala, presentación	Al finalizar el año 1 al menos el 75% del personal de gerencias y jefaturas territoriales han sido capacitados en base a los lineamientos	Lista de asistencia Fotografías
L 1.3 Realizar campañas informativas a nivel interno para mejorar la sensibilidad de género del personal de CONAMYPE.							

1.3.1 Elaborar una campaña hacia el personal de sensibilización sobre formas de comunicar nivel de contenido, visual, escrito)	X			Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones bilaterales, cápsulas informativas	Al finalizar el año 1 se ha elaborado una campaña de sensibilización sobre formas de comunicar	Material de campaña
1.3.2 Implementar campañas de sensibilización sobre Igualdad de género al personal	X		X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Material de campaña	Al finalizar el año 2 y año 3 se ha implementado una campaña de sensibilización sobre igualdad de género	Material de campaña. Evidencia sobre medios utilizados para difusión.
L 1.4 Incorporación de lenguaje inclusivo en los documentos administrativos e informes institucionales, así como en otras herramientas de comunicación interna desarrolladas por la institución.							
1.4.1 Revisión de documentos administrativos e institucionales para la incorporación de lenguaje inclusivo, por parte del personal de la CONAMYPE.		X	X	Todas las áreas productoras de información	Reuniones	El 80% de documentos nuevos aprobados a partir del año 2 incorporan lenguaje inclusivo	Documentos nuevos aprobados.
L 1.5 Posicionar el compromiso de las autoridades con la igualdad de género.							
1.5.1 Elaborar posicionamiento institucional en el marco de las fechas conmemorativas sobre Derechos de las Mujeres	X	X	X	Unidad de Comunicaciones en apoyo con la Unidad de Género	Insumos para posicionamiento	Cada año se elabora al menos 2 comunicaciones sobre fechas conmemorativas	2 Comunicados elaborados
1.5.2. Difundir posicionamiento a través de medios internos y externos	X	X	X	Unidad de Comunicaciones	Posicionamiento	Cada año se difunde al menos 2 comunicaciones sobre fechas conmemorativas	Evidencia sobre medios utilizados para difusión

Estrategia 2: Consolidar con el público externo una imagen institucional comprometida con la Igualdad de Género

Actividades	2019	2020	2021	Unidad Responsable	Recursos Necesarios	Indicadores	Medios de Verificación
L 2.1 Realizar un micro sitio en la Página institucional para informar sobre los avances institucionales en la incorporación del enfoque de género.							
2.1.1 Elaborar y enviar a Presidencia y Unidad de Informática especificaciones para la el diseño del micro sitio		X		Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reunión, Especificaciones técnicas y de contenido	Documento con especificaciones técnicas y de contenido enviada	Evidencia de envío de información
2.1.2 Diseño, construcción y puesta en marcha de un micro sitio sobre avances institucionales en la incorporación del enfoque de género que cumpla con criterios de accesibilidad para la población usuaria		X		Unidad de Informática	Documento con especificaciones, designación de técnico de informáticas	Micro sitio funcionando	Página Web de CONAMYPE
L 2.2. Incorporar en la agenda anual de conferencias de prensa o gira de medios una relacionada a los avances institucionales en la implementación del enfoque de igualdad de género en los programas de CONAMYPE.							
2..2.1 Organizar conferencia de prensa o gira de medios (que incluya estructuras territoriales) para dar a conocer avances institucionales en la materia	X	X	X	Unidad de Comunicaciones	Convocatoria de medios, elaboración de contenidos, coordinación con Presidencia	Al menos una conferencia o gira de medios cada año que aborde la implementación del enfoque de género en los programas de CONAMYPE	Evidencia de notas en los medios
L 2.3 Incorporar en la recopilación de historias empresariales de éxito la participación de al menos el 50% de mujeres.							
2.3.1 Elaborar ficha técnica para recolección de historia de mujeres empresarias y emprendedoras y darla a conocer al personal		X		Unidad de Comunicaciones	Reunión, convocatoria, material, presentación	Ficha técnica aprobada y difundida	Ficha técnica y lista de asistencia, fotografías

2.3.2 Levantar pequeñas historias de mujeres empresarias y emprendedoras en el territorio.		X		Personal técnico de oficinas regionales y CEDART	Ficha técnica para levantamiento de historia	A partir del año 2 se registran al menos 13 historias de éxito de mujeres empresarias por año.	Sistematización de historias
L 2.4 Desarrollar campañas para la promoción mujeres empresarias o cierre de brechas a nivel de las MYPE							
2.4.1. Proponer contenido de campañas.		X	X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones, propuesta de contenido	1 propuesta de campaña a partir del año 2	Documento de campaña
2.4.2 Revisar, retroalimentar y aprobar contenidos de campañas.		X	X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones, propuesta de contenido	2 set materiales de campaña diseñado sobre promoción de empresarias o cierre de brechas, una por cada año (2 y 3).	Set de materiales diseñados
2.4.3 Pautar las diferentes campañas que la Unidad de Género realice.		X	X	Unidad de Comunicaciones	Material diseñado	A partir del año 2 se realiza una campaña anual para público externo	Evidencia de difusión de campañas
L 2.5 Construir un banco de fotos de mujeres empresarias y emprendedoras.							
2.4.1 Elaborar una propuesta de concurso de fotografías para construir el banco de fotografías.		X		Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones	Una propuesta de requisitos de concurso de fotografías para construir banco de fotografías de mujeres.	Documento de propuesta de concurso
2.4.2 Gestionar patrocinadores para la implementación del concurso		X		Presidencia	Reuniones, incidencia a más alto nivel	Al menos una organización patrocinadora interesada (ONU MUJERES, PNUD, AECID)	Documento de alianza para la implementación del concurso
2.4.3 Lanzamiento de Concurso			X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Convocatoria, elección de jurado	Convocatoria pública	Evidencia de convocatoria realizada, fotografía recibidas

Estrategia 3: Sensibilizar a los medios de comunicación que dan cobertura al tema económico, en la aplicación de una comunicación inclusiva y de la importancia de visibilizar el aporte de las mujeres de la MYPE en la economía nacional

Actividades	2019	2020	2021	Unidad Responsable	Recursos Necesarios	Indicadores	Medios de Verificación
L 3.1 Brindar a periodistas lineamientos básicos para una comunicación inclusiva.							
3.1.1 Elaborar lineamientos básicos para periodistas para abordar el tema de la MYPE bajo una perspectiva de género			X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Reuniones, asesoría de ISDEMU	Un documento de lineamientos para periodistas	Documento de lineamientos aprobado
3.1.2 Capacitar a periodistas para dar a conocer el documento base.			X	Unidad de Comunicaciones y Unidad de Género	Sala, convocatoria, alimentos, facilitación	Al menos 6 medios a nivel nacional reciben capacitación	Lista de asistencia Fotografías
L 3.2 Capacitar a periodistas en el rol de la mujer empresaria y emprendedora del país.							
3.2.1 Desarrollar jornadas con periodistas para capacitar sobre el rol de la mujer empresaria y emprendedora en El Salvador			X	Unidad de Comunicaciones	Sala, convocatoria, alimentos, facilitación	Se han desarrollado al menos dos jornadas con periodistas para capacitación	Lista de asistencia Fotografías