INICIATIVA SPOTLIGHT EL SALVADOR

UNIDAD COORDINADORA

TALLER CON IMPLEMENTADORAS

6 DE OCTUBRE 2021

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Objetivo General:** Contribuir a la recolección de información adecuada para identificar los avances obtenidos por la Iniciativa Spotlight en su fase II. | **Participantes:**¿Un total de 48 personas, de 24 implementadoras?**Modalidad:** virtual  | **Lugar:** Edificio Naciones Unidas.**Hora:** 8:30 am – 12 mm.**Responsables:** Aurora Cubías e Iris Peña. |
| **Objetivo específico 1:** Presentar y entregar herramientas y sugerencias de recolección y presentación de información a sus agencias contrapartes.**Objetivo específico 2:** Armonizar con todas las implementadoras, los conceptos y definiciones sobre los productos, campañas, procesos e informes.**Objetivo específico 3:** Facilitar la visibilización del trabajo que las implementadoras ejecutan en el territorio. |
| **Tema y responsable** | **Objetivo** | **Técnica** | **Procedimiento** | **Tiempo e insumos** |
| RecepciónY bienvenida | Recibir a las personas participantes y que se identifiquen | Recibiendo según incorporación a la plataforma | Se pide a cada persona decir su nombre, la organización o si es consultora, que diga el nombre de su fruta favorita y que solicite la presentación de otra persona de la cual ve su nombre en la plataforma. | Check list de presentes15 minutos (8:30-8:45 am) |
| Introducción y presentación de objetivos*Yolanda Villar* | Generar una actitud proactiva, mostrando la importancia de los temas por los cuales han sido convocadas, desde los beneficios que significan para sus organizaciones y la IS. | Descripción de antecedentes y el propósito del taller. | Descripción con apoyo de power point.Hilo conductor:* De dónde surge la idea del taller
* Por qué en este momento
* Objetivos comunes entre implementadoras y la IS en cuanto a datos e información.
* Presentación de las dos facilitadoras.
 | Presentación power point. Proyector.10 min. (8:45 – 9:00 am) |
| Información que necesita Spotlight*Aurora Cubías* | Mostrar la lista de datos que son exigidos por el Secretariado y la forma en que los reciben. | Presentación. | Con apoyo de tres láminas en power point se mostrará el tipo y calidad de información que IS debe producir y reportar en:* Indicadores globales
* Informes anuales
* Comunicaciones globales
 | Presentación power point. Proyector.20 min. (9:00 – 9:20 am) |
| Productos y evidencias – participación*Aurora Cubías* | Socializar la información mínima que deben presentar a las agencias y las herramientas que les facilitan este proceso | Tarjetero. | Se inicia preguntando ¿Qué definen cómo producto del trabajo que realizan en Spotlight? ¿Cómo demuestran el trabajo realizado? ¿Es o no es importante el registro de las personas que se involucran? ¿Por qué?Se pide que escojan un número entre el 1 y el 3, y responderán la pregunta de acuerdo con el número que escogieron. Dos a tres rondas.Posterior a ello, hace una presentación sobre:* ¿Qué son los productos?
* ¿Qué datos se requieren por tipo de producto?
* Diferencia entre informe de trabajo y producto.
* La evidencia necesaria:
	+ Documentos
	+ Listados y cuadros de participantes (desglose por institución, organización, edad, sexo)
	+ Fotografías

En el transcurso de la presentación se van permitiendo preguntas, comentarios o aportes. | Número en pantallaPregunta en pantalla40 min. (9:20 – 10:00 am) |
| RECESO |  |  |  | 10 min. (10:00 – 10:10 am) |
| CampañasConcepto de campaña¿Cómo medir y reportar alcances?*Iris Peña* | Socializar el concepto de campañas en sintonía con los lineamientos brindados por el secretariado.  |  Por nombre de fruta. | Se mencionará el nombre de una fruta y la persona que dijo que era su fruta favorita tendrá que responder:Partir de la pregunta generadora:¿Para qué nos sirve una campaña de comunicación?Socialización de los siguientes puntos con apertura a participaciones de las personas asistentes al taller. Campaña: concepto  ¿Cómo planificar una campaña?¿Cómo medir y reportar alcances? | Presentación: 8. PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS.pptx <https://bit.ly/3yUfBFJ> 25 min. (10:10 – 10:35 am) |
| Branding y logospara documentos, eventos, campañas o acciones | Despejar dudas relacionadas con el uso de logos principales y de apoyo en documentos, eventos y campañas.  | Lectura colectiva de la hoja resumen. | Entre las y los asistentes dan lectura a los últimos 7 puntos de la hoja resumen COMUNICACIONES PARA IMPLEMENTADORAS / Información a considerar para la elaboración de productos. | Hoja impresa COMUNICACIONES PARA IMPLEMENTADORASBocinas, laptop, proyector.40 min. (10:35 – 11:15 am) |
| Fotografía¿Cuándo se necesita fotografía?Sugerencias sobre lo que se debe fotografiarSugerencias sobre lo que la fotografía debe reflejar | Brindar criterios y características sencillas e identificables fácilmente para la selección de fotografías tomadas en actividades en el marco de la iniciativa Spotlight. | La Galería. | Se preparará una galería de imágenes que estarán pasando mientras se aborda el tema, para incentivar a las y los participantes a relacionar o realizar una asociación entre la información brindada y la práctica. Preguntas generadoras: ¿Cuándo se necesita fotografía?Características: ÚTIL EFECTIVAEMOTIVA | Lineamientos del social media guideline / fotografías[file:///E:/SPOTLIGHT/Spotlight%20social%20media%20guidelines.pdf](file:///E%3A/SPOTLIGHT/Spotlight%20social%20media%20guidelines.pdf)Imágenes Spotlight de otros países.20 min. (11:15 – 11:35 am) |
| Los primeros pasos para la visibilización: Segunda temporada de “Luces y acción” (Fase II).Socializar la propuesta y objetivo.Cómo participar para visibilizar sus acciones | Animar a las y los asistentes a participar en las producciones de Luces y acción con el propósito de visibilizar su trabajo y experiencias. | Proyección de programa “Luces y acción” en formato anterior. | Proyección de un programa de Luces y acción para que puedan conocer la diferencia del formato anterior vs. la propuesta que incluye la participación de las implementadoras.Iniciamos con qué es Luces y Acción, presentación de uno de los programas en su temporada anterior. * Socialización de la nueva propuesta
* Conocer sus valoraciones.
* Animar a las implementadoras a identificar acciones que podrían visibilizar a través del formato presentado para dar seguimiento.
 | Video de 7:44 min. <https://www.youtube.com/watch?v=5PPXRusy1ZE&list=PLLDzyUASMIYqEPe21-yB3s51KZfxvnI93&index=3>25 min. (11:35 – 12:00 mm) |
| Cierre y próximos pasosYolanda  |  |  | Pedir correos en el chat para enviarles los materiales vistos, posteriormente. | 5 min. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  | Oxfam El Salvador |  |  |
|  | Fundación Seraphim |  |  |
|  | EDUCO |  |  |
|  | Universidad Evangélica |  |  |
|  | MSM |  |  |
|  | Asociación Voces Vitales El Salvador |  |  |
|  | Fundación para el Desarrollo de la Mujer y la sociedad |  |  |
|  | Asociación Cultural Azoro |  |  |
|  | Las Dignas |  |  |
|  | CLADEM/CEMUJER |  |  |
|  | Junta de Vigilancia de la Profesión de Psicología |  |  |
|  | Plan Internacional |  |  |
|  | FLACSO El Salvador |  |  |
|  | Asociación Tiempos Nuevos Teatro, TNT |  |  |
|  | Fundación La Niñez Primero, FUNIPRI |  |  |
|  | Musiciams without borders |  |  |
|  | Universidad Gerardo Barrios, San Miguel |  |  |
|  | Fundación Cristosal |  |  |
|  | Fundación para la Educación Superior (FES) |  |  |
|  | Fundación La Niñez Primero, FUNIPRI |  |  |
|  | Soy Música |  |  |
|  | Fundación Guillermo Manuel Ungo, FUNDAUNGO |  |  |
|  | Tejedores de Equidad |  |  |