

## **Desarrollo Rural Integral del Guaviare para la Paz**

### **“Caminemos Territorios Sostenibles”**

#### **Plan de comunicación y visibilidad**

---

## **Introducción**

### **Sobre el proyecto.**

Caminemos Territorios Sostenibles es un proyecto de desarrollo rural integral que tiene lugar en 40 veredas del departamento del Guaviare, Colombia. Su objetivo general es mejorar las condiciones de vida de la población rural, fomentando el manejo sostenible de los recursos naturales y del territorio en la región. Desde esta misma perspectiva, define y establece programas de nutrición y seguridad alimentaria familiar, así como modelos más eficientes de producción, a nivel ambiental y económico, para frenar la deforestación, permitir un desarrollo rural sostenible e incidir en la construcción de paz.

Se trata de un proyecto financiado por el Fondo Europeo para la Paz de Colombia, un mecanismo utilizado en el ámbito de la cooperación al desarrollo de la Unión Europea, el cual cuenta con el aporte de sus Estados Miembros y permite canalizar recursos provenientes de otros donantes. El Fondo trabaja en los siguientes pilares: reconciliación y disminución del conflicto, reincorporación de las FARC-EP a la vida civil en lo económico, lo social y lo político, inclusión poblacional (jóvenes, mujeres y grupos étnicos), productividad sostenible e incluyente, institucionalización y presencia legitimadora del Estado, y valor agregado de la Unión Europea.

Este proyecto es ejecutado por el consorcio constituido por los socios ONF International, ONF Andina, Acción Contra el Hambre (ACH), Productos Naturales de la Sabana S.A. (Alqueria), Fundación Éxito y la Gobernación del Guaviare.

La zona de intervención en la que se trabaja concierne cerca de 40 veredas, situadas entre la microcuenca del Caño Grande en El Retorno y, hacia el sur, siguiendo las áreas fronterizas de El Retorno con San José del Guaviare, la parte alta de la microcuenca del Itilla, en proximidad a la zona de ampliación del Parque Nacional Sierra de Chiribiquete, en Calamar.



Una apropiada estrategia de comunicación puede además lograr la cohesión de las comunidades, promover la articulación entre actores del territorio, generar sentido de pertenencia, respaldo y alianzas, así como servir de herramienta para garantizar la transparencia del proyecto y demostrar la eficacia de los aportes de la UE.

Este Plan de Comunicación y Visibilidad responde de forma transversal a todos los componentes del proyecto y está integrado al cuarto componente del proyecto *Caminemos Territorios Sostenibles*, Desarrollo Rural Integral del Guaviare para la Paz, y se alinea con los otros cuatro. A saber:

- **C1 - Planeación predial y territorial:** Los actores locales (gobiernos y organizaciones de sociedad civil) contarán con una plataforma de planeación y seguimiento regional adaptada al contexto del Guaviare y 400 familias participarán en procesos de planeación predial.
- **C2 - Mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional:** Mejoraremos las condiciones de seguridad alimentaria y nutricional, de acceso al agua segura para 400 familias del Guaviare.
- **C3 - Sistemas productivos sostenibles:** Implementaremos alternativas productivas en 600 predios o espacios comunitarios, en las que se conjugue conservación, restauración e incremento de productividad en espacios ya deforestados para la estabilización de la frontera agrícola, con participación relevante de jóvenes y mujeres rurales.
- **C4 - Comunicación y educación para el desarrollo territorial:** Se promoverán espacios para la reflexión y la participación de los actores locales con respecto a los desafíos locales para el desarrollo sostenible, las relaciones campo ciudad.
- **C5 - Acceso al agua segura (WASH):** Diseño y adecuación de sistemas de agua y de saneamiento básico que cuenten con el fortalecimiento de capacidades para el mejoramiento de vida digna.

El proyecto y sus logros deben ser comunicados de manera clara, participativa, creativa y coherente al apoyo y acompañamiento ofrecido hacia la población.

Se promoverá el lenguaje de uso inclusivo y frases que inviten a la acción, así como imágenes respetuosas, positivas, alejadas de victimización. Todas las actividades y componentes cumplirán con los manuales de imagen y lenguaje corporativo establecidos por la UE y las organizaciones que rodean al proyecto. Esto incluye respeto de formas y uso, colores y diagramación de logos. El presente documento se debe trabajar articulado al Manual de Imagen del Proyecto (Guía de Sistema Gráfico) y al plan de programación de publicaciones en redes sociales. Asimismo, resulta importante tomar en cuenta los insumos del diagnóstico sobre comunicación realizado en campo, durante el mes de diciembre de 2018, el cual es anexado a este Plan de Comunicación y Visibilidad.

**Seguridad:**

En departamentos como el Guaviare, donde confluyen diversas problemáticas y necesidades urgentes derivadas de los efectos del conflicto armado, ausencia del Estado y fragilidad ambiental, es relevante pensar que las comunicaciones deben responder también al contexto particular de la región.

Se contempla la posibilidad de modificar, cancelar o agregar algunas actividades de comunicación a lo largo del proyecto por temas de seguridad. Las actividades descritas a continuación constituyen el plan de trabajo hacia la comunicación planificado desde el inicio del proyecto, lo cual, por protección de beneficiarios, del equipo del proyecto o de cualquier persona involucrada en nuestras actividades nos reservamos la flexibilidad de cambiar.

**Canales internos de comunicación:** La persona o personas responsables de la ejecución del presente Plan deberán establecer una comunicación constante con los representantes de los departamentos de comunicación de las organizaciones socias. Se estima necesario un número puntual de reuniones u otros canales digitales de común acuerdo (chats, correos, carpetas compartidas, plataformas de seguimiento de proyecto, etc., según conveniencia), para la generación de solicitudes de información, aprobaciones, consultas de avances del proyecto (información escrita, registro audiovisual o fotográfico, historias destacadas de beneficiarios, bases de datos, etc.) y resolución de preguntas. A través de dichos canales, se podrán activar protocolos para momentos relevantes para los socios (evento de cierre, visita de medios importantes a campo, etcétera).

Adicional a esto, se generará un espacio presencial para socializar este Plan con líderes de equipo de campo y otras personas interesadas dentro del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. En este espacio se podrán generar acuerdos de canales para compartir información, entre otros y alentar a los colaboradores a escribir artículos técnicos y científicos sobre la experiencia en terreno.

Se considerarán todas estas acciones como parte de una actividad (A0) de la que forman parte la definición de metas, estrategias y diagnóstico con socios estratégicos y aliados del proyecto, así como la misma elaboración, conceptualización y ajustes del presente plan de comunicación.

## I. Estrategia General de Comunicación

A continuación se enuncian los objetivos y públicos de interés del presente Plan de Comunicación y Visibilidad.

### 1. Objetivo general

Definir y orientar las actividades de comunicación y visibilidad para que contribuyan a los objetivos temáticos del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. en su zona de intervención.

### 2. Objetivos de comunicación

- O1 - Facilitar la apropiación del proyecto por los beneficiarios en los diferentes temas del proyecto.
- O2 - Generar reflexión entre jóvenes, educadores, padres y madres de familia, alrededor de los desafíos para el desarrollo local, favoreciendo las relaciones campo-ciudad.
- O3 - Destacar las acciones y alcances del proyecto al nivel local, regional, nacional, e internacional.
- O4 - Generar información periódica de los resultados del proyecto, organizada en función de temas relevantes, a través de canales propios del proyecto.

### 3. Grupos destinatarios

Público directo beneficiarios de la zona de intervención

- P1. Población rural campesina<sup>1</sup>  
Énfasis especial hacia mujeres, así como jóvenes y ex combatientes.
- P2. Organizaciones comunitarias y actores económicos del sector agropecuario y del turismo  
Actores económicos de los sectores agropecuario, forestal y turístico.
- P3. Instituciones públicas regionales  
Actores de la educación general, autoridades ambientales y de salud. Como entidades beneficiarias se mencionan las siguientes: Gobernación del Guaviare, CDA (Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico - Autoridad ambiental regional).

Público indirecto en la zona de intervención

- P4. Otras entidades públicas, privadas y entes no gubernamentales, con iniciativas en el

---

<sup>1</sup> Es importante mencionar que buena parte de la población de la zona de intervención comprende comunidades con bajos niveles de escolaridad, factor que debe ser tenido en cuenta en la ejecución de este plan de comunicación y visibilidad. Se debe precisar también que el proyecto DRI Guaviare beneficia a 1000 familias y que de estas, algunas pueden combinar diferentes tipos de apoyo del proyecto. Se beneficiarán a 400 familias con planeación predial, 600 con sistemas productivos alternativos / mejorados y 400 integradas al programa de seguridad alimentaria. Asimismo se beneficiarán 200 mujeres gestantes o con niños menores de cinco (5) años recibiendo apoyo y capacitación en alimentación. Serán 1200 jóvenes capacitados en desarrollo sostenible y 8 establecimientos educativos con un proyecto de fortalecimiento de la relación campo-ciudad.

departamento del Guaviare.

El proyecto trabajará de la mano con entidades como la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Parques Nacionales Naturales de Colombia, Agencia para la Renovación del Territorio (ART), Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, ICBF, SINCHI, SENA, Programa Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos, proyecto GEF Corazón de Amazonía (Fondo Mundial del Medio Ambiente), Corporación para el Desarrollo Integral Sostenible y la Paz (DEISPAZ) y Hilfswerk Austria International (HWA), Programa REM Visión Amazonía, Ministerio de Ambiente, Agencia de Desarrollo Rural (ADR), Agencia de Reincorporación Nacional (ARN), entre otras.

#### Público interno

- P5. Organizaciones gestoras del proyecto y socios estratégicos.  
Directivos, departamentos de comunicación de entidades socias, voceras y voceros (representantes autorizados para hablar con medios de comunicación), equipo técnico en campo, entre otros.

#### Público de mayor alcance

- P6. Público consumidor de medios masivos interesado en temas de paz, activismo y causas ambientales.
- P7. Colectivos interesados en temas de paz, activismo y causas ambientales.
- P8. Organizaciones, donantes y aliados a nivel nacional e internacional.
- P9. Centros de investigación nacionales e internacionales, Universidades (SINCHI, U. Nacional, CIRAD, demás universidades), publicaciones científicas a nivel nacional e internacional y sus respectivos consumidores.

#### 4. Conceptos clave

Se definen los siguientes conceptos clave que deben ser tenidos en cuenta para los diversos públicos, de acuerdo con el objetivo general del plan de comunicación. Estos deberán ser el eje fundamental de toda actividad y herramienta ejecutada en los procesos de comunicación:

- Desarrollo sostenible
- Seguridad alimentaria y nutrición
- Acuerdos de Paz

Los mensajes clave puntuales -según herramienta, canal y público- serán mencionados más adelante. Estos deberán considerar los conceptos relacionados con los componentes del proyecto (planeación predial y territorial, mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional, acceso a agua potable, sistemas productivos sostenibles, comunicación y educación para el desarrollo territorial), así como otras temáticas relacionadas con buenas prácticas ambientales, posconflicto, reconciliación y desarrollo de la región.

Todos los mensajes, tal como se comentó anteriormente, deberán hacer uso del lenguaje inclusivo de género y cuidar de enfoques diferenciales étnico, geográfico y etéreo. Asimismo, toda actividad debe estar pensada para garantizar el enfoque de género, étnico, geográfico y etéreo en su implementación y no sólo exclusivamente en su lenguaje.

## II. Actividades de Comunicaciones

### 1. Actividades de comunicación previstas y calendario indicativo

Las actividades que se enlistan en la Tabla #01 son transversales a los componentes del proyecto y están relacionadas con procesos generales de comunicación encaminados a la visibilidad del proyecto. Por su parte, la Tabla #02, comprende las Actividades de comunicación para procesos de educación ambiental y capacitaciones de otros componentes. Las actividades se relacionarán a sus responsables. Éstas pueden estar generadas tanto por el equipo permanente del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles y la actual agencia de comunicaciones del Fondo de la Unión Europea, como por una agencia de comunicación y los beneficiarios locales.

Se abarca aquí la Estrategia de asociación con medios de comunicación local, regional o nacional, así como la Alineación de objetivos de comunicación de los co-solicitantes (según necesidades de los componentes liderados por ellos). Todas las actividades presentadas a continuación se encuentran relacionadas con su correspondiente objetivo específico y público, para facilitar la revisión de cumplimiento de metas.

Teniendo en cuenta que el plan de comunicación debe ajustarse a las diversas áreas del proyecto, se enlistan también las actividades y contenidos específicos según los cuatro componentes esenciales de Caminemos Territorios Sostenibles y las etapas que cada uno de ellos abarca, tal y como está referenciado en el documento Anexo A.2. Formulario de solicitud completo - Desarrollo Rural Integral del Guaviare para la Paz que hace parte del convenio T06.24 firmado entre la Comisión Europea y el solicitante ONF International y los cosolicitantes ONF Andina, Acción Contra el Hambre, Fundación Éxito, Gobernación del Guaviare y Alquería (versión de la adenda del XX de XX de 2019).

El listado completo de las actividades se encuentra en la tabla Anexo 01 - Relación de actividades, objetivos, públicos y componentes

Tabla #01: Actividades de Comunicación para la Visibilidad de Proyecto

A0: Definición de metas, estrategias y diagnóstico con los socios estratégicos y los aliados del proyecto. Esta etapa incluye la redacción de este plan de comunicación, y la definición de la identidad visual del proyecto.

Descripción de Actividad		
<p><b>A1. Gestión con medios nacionales, regionales y locales (free press, pauta y piezas comunicativas estratégicas).</b></p> <p>Esta actividad incluye la construcción de una base de datos y un contacto con medios nacionales, regionales y locales -según frecuencia de hitos y coyunturas de los componentes- con periodistas específicos en cada medio de comunicación mapeado.</p> <p>La gestión local / regional incluye una (1) sesión de socialización en la que se busca dar a conocer a los medios locales y comunitarios el proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. Se abordarán en este espacio las iniciativas y alcances de mayor impacto en temas de sostenibilidad, desarrollo y paz. Se pretende que además de una apropiación de la importancia del proyecto en la región, se familiaricen con las personas encargadas de la comunicación para facilitar la relación a lo largo del proyecto. La estrategia de comunicación con medios comunitarios y masivos locales y regionales incluye el listado que se presenta en Anexo 02.</p> <p>Con respecto a los medios comunitarios, se pretende desarrollar espacios mediáticos para la apropiación de los contenidos del proyecto con las comunidades rurales. Es relevante generar espacios que aporten también a la educación ambiental desde los medios existentes en la zona de intervención. Se le da un fuerte énfasis a la radio por su cobertura e importancia en la región. Se proponen los siguientes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Foro/debate: espacios radiales de debate de temas relacionados con el posconflicto y el desarrollo de la región. Este tema hace parte de la estrategia del componente 4 del proyecto. Sera definida en más detalles en otro documento específico de la parte educativa del proyecto.</li> <li>- Entrevistas en espacios radiales, televisivos o impresos: se proponen entrevistas con expertas y expertos (líderes y lideresas de campo del proyecto) que generen tips de buenas prácticas en cada uno de los componentes y que permitan ser entrevistados con dudas de la comunidad (individuos y empresas del campo) sobre producción sostenible, manejo de recursos territoriales, alimentación, huertas, etcétera. Al mismo tiempo, la persona entrevistada podrá dar cuenta del avance del proyecto.</li> <li>- Publicidades en emisoras locales sobre los avances del proyecto, las noticias, convocatorias, concursos, eventos, talleres y más generalmente sobre los hitos del proyecto.</li> </ul> <p>En lo posible, también se propondrán transmisiones de radio móvil desde zonas en las que esté implementándose el proyecto. Se incluye aquí también la gestión de pauta en emisoras locales.</p> <p>Entre los medios de comunicación contactados es importante identificar publicaciones especializadas / científicas e instituciones académicas en las que se pueda difundir información técnica del proyecto generada por equipo técnico y otros expertos dentro del proyecto.</p>	Público objetivo	P1, P2, P3
	Responsables	Agencia de comunicación Responsables técnicos
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivos específicos	O3, O1



<p><b>A2. Gestión de alianzas con grandes medios de comunicación especializados</b> en temáticas de interés (desarrollo, paz, posconflicto, ambiente y sostenibilidad) para generación de contenido exclusivo. Estos medios de comunicación pueden ser nacionales o franquicias internacionales. Se puede contemplar difusión con Europa para momentos puntuales. Es posible apoyarse con aliados (como embajadas y entidades públicas) en adición a estos medios de comunicación para difusión.</p> <p>Se recomienda generar gestión por lo menos con tres (3) grandes medios. Revisar Anexo 03, sobre ejemplos de medios.</p> <p>Se planifica la invitación de estos medios aliados a visitar la zona de proyecto. Una visita por cada uno de estos 3 medios cada año.</p> <p>Bajo común acuerdo y parámetros establecidos que correspondan a criterios de la Unión Europea se desarrollarán contenidos escritos y audiovisuales (ver más adelante, herramientas y soportes) por los medios nacionales. Esta actividad posibilitará llegar a públicos amplios y posicionar el proyecto como referente a nivel nacional e internacional.</p>	Público objetivo	P4, P6, P7, P8
	Responsables	Agencia de comunicación (organización de las visitas) Fondo Europeo para la Paz, AFD, Embajada de Francia, Ejército (contactos con los grandes medios de comunicación)
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3
<p><b>A3. Generación de contenido de prensa para difusión del proyecto en todas sus componentes y etapas</b> (boletines, notas de prensa, entrevistas, historias de vida, artículos, fotografías, videos cortos informativos).</p> <p>Se incluye en las acciones de esta actividad: solicitud de información al equipo técnico y producción de contenidos para <u>medios de comunicación externos y canales propios</u> como redes sociales, página web, mailing e impresos (publicaciones en sección noticias de página web, posts en cuentas de los socios o de la UE en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, fotografías, videos). A continuación, se mencionan hitos o eventos clave de cada componente, como por ejemplo de contenidos relevantes a difundir, <u>sin que eso signifique limitarse a ellos</u>. Revisar el Anexo 4 Hitos 2019, al final del documento para mayor información sobre los soportes de comunicación para cada uno de los hitos referidos. Otras coyunturas pueden tenerse en cuenta para comunicar:</p> <p>Planeación predial y territorial (A3-C1)</p> <p>→ <b>Subida final plataforma FORLAND – aplicación 1: monitoreo Deforestación.</b> Mensaje clave: Entrega de versión final de la plataforma FORLAND a las instituciones que van a trabajar el tema del monitoreo de la deforestación. Se explicita cómo aporta esta plataforma al desarrollo sostenible y a la paz de la región. Fecha: 12.2019</p> <p>→ <b>Subida final plataforma FORLAND – aplicación 3: ordenamiento territorial.</b> Mensaje clave: Entrega a actores institucionales la plataforma FORLAND como una herramienta de toma de decisión sobre ordenamiento territorial. Se explicita cómo aporta esta plataforma al desarrollo sostenible y a la paz de la región. Fecha: 12.2019</p>	Público objetivo	Todos los públicos.
	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto con el apoyo del equipo técnico y socios estratégicos.  Fotógrafo(a) y videógrafo profesional
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3 y O4

<p>→ <b>Planeación predial de 400 fincas.</b> Mensaje clave: Planificación de 400 predios con modelos sostenibles y acordes con el estado legal del territorio . Fechas: 08.2019 y 06.2020.</p> <p>Mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional (A3-C2)</p> <p>→ <b>Educación alimentaria nutricional.</b> Mensaje clave: Información sobre sesiones educativas en prácticas clave de salud y nutrición, así como de la entrega de 300 ejemplares de un Recetario como producto final para la recuperación alimentaria del departamento. Se explicita en este aporte desde la seguridad alimentaria y la nutrición. Se incluyen historias de beneficiarios (en video). Fechas: 05.2019 / Recetario 2021</p> <p>→ <b>Estudio anemia con Universidad del Bosque.</b> Mensaje Clave: Difusión sobre los resultados del estudio de causalidad de la anemia (Act. 2.1.) encaminado al aporte a la región. Fecha: 08.2019</p> <p>→ <b>Análisis de mercados locales.</b> Mensaje Clave: En convenio con la Universidad de los Andes, se realizará esta actividad para definir productos potenciales de comercialización en circuitos cortos. Destacar la relevancia del E-book sobre las costumbres culinarias y mercantiles locales, así como el papel que tiene este libro en la difusión de la cultura guaviareense. Fecha: 05. Pendiente año</p> <p>→ <b>Entrega de insumos.</b> Mensaje Clave: Información sobre entregas de insumos a las familias beneficiarias en temas de seguridad alimentaria. Se incluyen historias de familias beneficiarias. Fecha: 07.2019</p> <p>→ <b>Implementación de sistemas de producción para autoconsumo y producción de excedentes.</b> Mensaje Clave: Información sobre la implementación de sistemas de autoconsumoen la región con énfasis en las particularidades de las siembras, condiciones ambientales e insumos que posibilitan el logro de mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional. Fecha: 09.2019</p> <p>→ <b>Cosecha y producción de alimentos (autoconsumo y producción de excedentes).</b> Mensaje Clave: Primeras cosechas o aprovechamientos de sistemas pecuarios que aportan a los beneficiarios en temas de sostenibilidad. Se incluyen historias de beneficiarios que aportan a la región a través de sus producciones (en video). Fecha: 01.2020</p> <p>→ <b>Realización de los mercados campesinos.</b> Mensaje Clave: Organización e implementación de los mercados campesinos, nuevas oportunidades de mercado por los beneficiarios . Se incluyen historias de beneficiarios que aportan a la región a través de sus producciones en video. Fecha: 01.2020</p> <p>→ <b>Cierre Resultado 02 - Mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional con dimensión territorial.</b> Mensaje clave: Resumen de logros del componente hacia los beneficiarios en la región en materia de desarrollo, sostenibilidad y paz.</p> <p>Sistemas productivos sostenibles (A3-C3)</p> <p>→ <b>Plan de manejo forestal de 5000 validado por la CDA.</b> Mensaje Clave: Información sobre validación del plan de manejo forestal sostenible por la CDA como preámbulo a la constitución de una cooperativa forestal que aportará a la región en temas de desarrollo sostenible desde sus habitantes y la accesibilidad legal al bosque para su uso sostenible, convirtiendo este recurso en una oportunidad</p>		
--	--	--

<p>económica. Se incluyen historias de vida de los participantes a la empresa comunitaria. Fecha: 07.2019</p> <p>→ <b>Constitución de la Cooperativa Forestal.</b> Mensaje Clave: Información sobre la constitución legal y actividades de una empresa comunitaria de aprovechamiento sostenible de madera que le aportará a la sostenibilidad y desarrollo ambiental en la región. Fecha: 09.2019</p> <p>→ <b>Primer aprovechamiento de madera y/o no maderables según PMFS.</b> Mensaje Clave: Información de cómo se viene trabajando el Plan de Manejo Forestal en la extracción de los productos y comercialización. Explicitar aporte en temas de sostenibilidad ambiental de esta actividad en el departamento. Fecha: 02.2020</p> <p>→ <b>Anuncio inversión común con Visión Amazonía para transformación local de la madera.</b> Mensaje Clave: Difusión de articulación con Visión Amazonía para la creación y dotación de un centro regional de transformación de la madera. Explicitar aporte en temas de sostenibilidad ambiental de esta actividad en el departamento. Fecha: 07.2020</p> <p>→ <b>Inversiones en proyectos comunitarios a través de los fondos concursables.</b> Mensaje Clave: Difusión sobre el apoyo financiero a terceros a través de las convocatorias destinadas a proyectos comunitarios de producción, transformación, comercialización en la región. Fecha: 04.2019, 11.2019, 03.2020, 10.2020</p> <p>→ <b>Concurso anual de los proyectos Individuales.</b> Mensaje Clave: Difusión sobre la organización de dos concursos basados en los resultados de la planificación predial de los proyectos y que fueron priorizados en el marco del fondo concursable individual. Se incluyen piezas para etapa de convocatoria, historias de las organizaciones comunitarias participantes al concurso y su aporte al desarrollo sostenible de la región. Fecha: 05.2019, 10.2019, 03.2020</p> <p>→ <b>Entrega de la inversión en los fondos rotatorios.</b> Mensaje Clave: Información sobre puesta en marcha de fondos rotatorios como apoyo a las organizaciones comunitarias y su sostenibilidad económica. Se incluyen historias de éxito de los beneficiarios del fondo rotatorio (artículos) e información sobre las organizaciones capacitadas que manejan el fondo. Mencionar la responsabilidad de las asociaciones y sus miembros en la financiación del desarrollo local. Fecha: 12.2019, 12.2020</p> <p>→ <b>Gira de intercambio Fondos rotatorios.</b> Mensaje Clave: Difusión sobre visita de miembros de las JAC al Huila con los operadores de los Fondos Rotatorios. Se incluye registro de seguimiento. Fecha: 06.2019</p> <p>→ <b>Siembra de las áreas de restauración.</b> Mensaje Clave: Información sobre el análisis de las prioridades de restauración, primeras intervenciones, en materia de sostenibilidad en la región. Fecha: 10.2019</p> <p>→ <b>Cierre Resultado 03 - Sistemas productivos sostenibles.</b> Mensaje clave: Resumen de logros del componente en materia de desarrollo sostenible y paz con beneficiarios, organizaciones e instituciones.</p> <p>Comunicación y educación para el desarrollo territorial (A3-C4)</p> <p>→ <b>Concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.</b> Mensaje clave: Difusión sobre dos concursos dirigido a</p>		
---	--	--

<p>jóvenes, quienes deben desarrollar sus propuestas en torno a las siguientes temáticas: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación. Se incluyen piezas para etapa de convocatoria. Fecha: 11.2019, 11.2020</p> <p>→ <b>Días de sensibilización de los alumnos sobre desarrollo sostenible y reconciliación.</b> Mensaje clave: En colaboración con CDA y demás entidades, organización de actividades educativas sobre el temas del desarrollo sostenible y la reconciliación. Fecha: Pendiente.</p> <p>→ <b>Entrega de becas herederos de tradición.</b> Mensaje clave: Información sobre programa diseñado para que jóvenes campesinos se capaciten en procesos ganaderos y lecheros, para asegurar que no se pierdan los conocimientos del campo en siguientes generaciones. Se incluye información sobre de candidatos, inicio de su práctica y graduación. Fecha: 12.2019</p> <p>→ <b>Debates o foros de discusión.</b> Mensaje clave: Información sobre actividad. Plantear la importancia de poner sobre la mesa de discusiones comunitarias las problemáticas, necesidades y pasos a seguir en materia de temas ambientales (deforestación, áreas protegidas, manejo forestal y trabajo comunitario) en el departamento. Se incluye material para socialización, difusión radial y audiovisual. Fecha: 05.2019, 05.2020</p> <p>→ <b>Debate estrategia de desarrollo amazónico.</b> Mensaje clave: difusión de foro sobre ordenamiento territorial, apoyado en el 3r módulo FORLAND. Se incluye información sobre expectativas y conclusiones del evento en materia del panorama del ordenamiento territorial para el departamento y el aprovechamiento de recursos naturales desde el desarrollo sostenible. Fecha: 01.2020</p> <p>→ <b>Cierre Resultado 04 - Comunicación y educación para el desarrollo territorial.</b> Mensaje clave: Resumen de logros del componente en materia de desarrollo sostenible y de paz con beneficiarios, organizaciones e instituciones.</p> <p>En este cuarto componente es importante incluir en la <u>generación de contenido de prensa</u> aquellos procesos de educación ambiental generados por la CDA que no forman parte de los hitos principales, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Proyectos Ambientales Escolares-PRAE</li> <li>→ Proyectos Ciudadanos de Educación Ambientales-PROCEDA</li> <li>→ Participación en Instancias de articulación interinstitucional</li> <li>→ Ordenamiento territorial</li> </ul> <p>Se retomarán algunos de estos procesos del cuarto componente en la estrategia de intervención en temas educativos que es un estudio aparte.</p>		
<p><b>A4. Generación de piezas de promoción para presencia de imagen institucional en el territorio.</b></p> <p>Impresión o creación de piezas (camisetas, esferos, gorras) a definir.</p>	<p>Público objetivo</p> <p>Responsables</p> <p>Componente</p>	<p>P5</p> <p>Agencia de comunicación del proyecto Asistente logística o administración</p> <p>C1, C2, C3, C4, C5</p>

	Objetivo específico	O3
<p><b>A5. Creación de videos institucionales.</b> Las acciones relacionadas con esta actividad incluyen: Levantamiento de información (a través de equipo permanente de Caminemos Territorios Sostenibles). - Preproducción - Producción - Posproducción y difusión (proyección o publicación en medios propios).</p> <p>Los tres videos deben estar pensados más allá de ser registros audiovisuales de etapas del proyecto. Se recomienda agrupar en temáticas historias de vida, transformaciones, eventos, logros, que no den cuenta de un solo componente. Se sugiere también buscar un tono documental que permita contar narrativamente el proyecto. Los formatos de crónica audiovisual y perfiles son ideales para estos relatos cortos. La comunicación con herramientas audiovisuales debe ser enfocada a historias de beneficiarios.</p>	Público objetivo	Todos, con enfoque en público internacional (P8)
	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto con el apoyo del equipo técnico y de terreno del proyecto Profesional fotografía y video contratado por medio de una convocatoria.
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3
<p><b>A6. Montaje e integración de la página web de Caminemos Territorios Sostenibles</b> al sitio web oficial de ONFA (u otro sitio web de los socios, según se estime conveniente).</p> <p>Esta actividad incluye las acciones de publicación, actualización (en las secciones que así lo requieran) y administración general. (El diseño no se incluye en esta actividad)</p>	Público objetivo	Todos
	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto Con el apoyo del equipo técnico del proyecto
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O1, O3 y O4
<p><b>A7. Ejecución de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales.</b> Se trabajará a través de una cuenta propia al proyecto por las redes sociales siguientes: Facebook, Twitter. Las publicaciones también incluyen seguimiento a cuentas de redes sociales de socios estratégicos, aliadas y beneficiarias para garantizar la réplica de información.</p> <p>Es vital en cada publicación incluir las siguientes etiquetas: #FondoEuropeoparalaPaz - #Europacreeencolombia #CaminemosTerritoriosSostenibles</p> <p>Anexo 05: Plan de redes sociales</p>	Público objetivo	Todos
	Responsables	Dirección del proyecto
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3 y O4
<p><b>A8. Sistematización del proyecto.</b></p> <p>Sistematización de las actividades del proyecto a manera de una memoria, la cual generará un material escrito para soporte impreso, se generará un</p>	Público objetivo	Todos, con énfasis en organizaciones P1, P2, P3, P4, P7, P8.

<p>material escrito en soporte impreso, en donde se vean reflejados los alcances del proyecto así como el impacto que ha tenido, tanto en la comunidad como en el medio ambiente.</p> <p>Será entregado a organizaciones civiles, beneficiarias, aliadas e internacionales, para facilitar su consulta, de modo que dicha documentación refuerce conocimientos en su público.</p>	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto Con el apoyo del equipo técnico, de la dirección del proyecto Si necesaria (según el formato escogido), se contratará un proveedor especializado.
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O1, O3
<p><b>A9. Evento de cierre de proyecto.</b> Asamblea general en la que se expondrán los logros e impactos del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. En lo posible, se propone un espacio en el que se pueda invitar a algunos medios de comunicación, beneficiarios y exponer fotos, videos e historias de los habitantes de la región sobre los cambios en sus territorios.</p> <p>Las acciones de comunicación de esta actividad incluyen las etapas de 1) preparación, expectativa e invitaciones, 2) el evento mismo y 3) la difusión posterior del evento.</p>	Público objetivo	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8.
	Responsables	Equipo permanente de Caminemos Territorios Sostenibles. Difusión, invitaciones y otros a cargo de agencia de comunicación.
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3

Tabla #02: Actividades de comunicación para procesos de educación ambiental y capacitaciones de otros componentes.

<p><b>A10. Creación de piezas de comunicación para capacitaciones y otros eventos de cada componente en la zona de intervención</b> (insumos para invitaciones, convocatoria, plantilla para presentaciones y soportes requeridos en espacio, material pedagógico, folletos informativos).</p>	Público objetivo	P1, P2, P3, P4
	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O1, O3

	relacionado	
<p><b>A11. Desarrollo de concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.</b> Concursos anuales dirigidos a mostrar la capacidad de los jóvenes para valorizar los diferentes recursos locales y la construcción de una identidad territorial. El concurso estimulará en particular los proyectos formulados conjuntamente entre establecimientos escolares urbanos y rurales. Los medios o formatos de las propuestas podrán ser diversas: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación, entre otras.</p> <p>Se hace en coordinación con las secretarías de educación y ocho (8) establecimientos escolares.</p> <p>Las acciones vinculadas a esta actividad incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de criterios para evaluación de proyectos</li> <li>- Invitación a establecimientos educativos, jóvenes, padres y madres de familia.</li> <li>- Difusión del concurso (etapa de convocatoria)</li> <li>- Socialización y guías para planteamiento del proyecto.</li> <li>- Curaduría y evaluación.</li> <li>- Evento de Premiación.</li> <li>- Difusión de evento</li> </ul> <p>Esta actividad se puede modificar según el diseño de la estrategia de trabajo en el tema de educación que se va a desarrollar posteriormente a este plan de comunicación.</p>	Público objetivo	P1, P3
	Responsables	Equipo técnico Con apoyo de agencia de comunicación del proyecto
	Componente	04
	Objetivo específico	O2
<p><b>A12. Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales de educación ambiental (con énfasis en población joven).</b></p> <p>Apoyo a las estrategias de educación ambiental desarrolladas por la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico (CDA), con énfasis a las acciones de mitigación, prevención de deforestación, restauración, recuperación, rehabilitación de fuentes hídricas y áreas degradadas, se propone la generación de productos tangibles sobre los temas de desarrollo sostenible y paz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Generación de material pedagógico ambiental desde los jóvenes:</b> Se propone que los jóvenes generen el diseño y concepto de una maleta de juegos de educación ambiental a través del trabajo con la CDA y sus propios conocimientos, así como desde su interés por ciertos tipos de elementos lúdicos en la región. Las acciones de esta actividad incluyen el trabajo con una persona profesional en pedagogía. El diseño final, desarrollo y entrega de la maleta se llevaría a cabo por un proveedor externo. El producto final podrá ser utilizado en los procesos PRAE con la CDA.</li> </ul>	Público objetivo	P1
	Responsables	Equipo técnico del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles, CDA, Si necesario, se contratará un proveedor externo para el diseño de las herramientas y contenidos.
	Componente	C4

Esta parte será definida en más detalles en un documento de estrategia de actividades educativas que estará redactado posteriormente a este plan de comunicación.	Objetivo específico	O1, O2, O3
---	---------------------	------------

Para consultar el calendario indicativo fases, ver Anexo #06

## 2. Herramientas y canales de comunicación identificados

Se relaciona información sobre las ventajas de herramientas específicas en el contexto local. Se incluyen soportes de comunicación (incluyendo el tipo y canales de divulgación)

Tabla #03: Herramientas de actividades de Comunicación para la Visibilidad de Proyecto

Actividad	Descripción de herramienta (incluye canal, cuando sea el caso)
A1. Gestión con medios nacionales regionales y locales (free press, pauta y piezas comunicativas estratégicas).	<p>Free Press</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de base de datos de periodistas en medios de comunicación mapeados.</li> <li>- Para medios locales/regionales: Invitaciones por correo electrónico y llamadas telefónicas a sesión de socialización. Diseño Mailing.</li> <li>- Una (1) socialización en San José del Guaviare.</li> <li>- Para todas las socializaciones, reuniones y capacitaciones del proyecto se requiere el diseño de una plantilla única que será compartida (se recomienda Google Slides o PPT) para ser modificada por los responsables sin perder la unidad gráfica, tipográfica y de diseño.</li> <li>- Folletos impresos con la información general del proyecto.</li> </ul> <p>Publicidad emisoras comunitarias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emisión de contenidos de 45 seg (Cuña, spot o programas ) en emisoras comunitarias en el que se mencione el nombre del proyecto, el Fondo de la UE, organizaciones socias en programas de interés comunitario, social, ambiental, etcétera.</li> </ul> <p>En concreto para el desarrollo de espacios con emisoras comunitarias locales para la apropiación de los contenidos del proyecto y piezas comunicativas estratégicas, se estiman las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas radiales</li> <li>- Entrevistas para medios impresos</li> <li>- Entrevistas en medios televisivos comunitarios</li> <li>- Foros / Debates en medios radiales.</li> <li>- Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales</li> </ul>



	de educación ambiental (con énfasis en población joven).
A2. Gestión de alianzas con grandes medios de comunicación especializados en temáticas de interés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos de medios que incluya editor / coordinador encargado de la sección de interés, para el mapeo de medios de comunicación especializados en temáticas de interés (desarrollo sostenible, paz, posconflicto, ambiente y seguridad alimentaria y nutricional).</li> <li>- Reuniones de negociación y acuerdos editoriales. Se puede ofrecer una actualización regular de información sobre historias a utilizar.</li> <li>- Se recomienda tener en grandes medios, por lo menos uno o dos contenidos anuales de alta calidad y gran despliegue: artículos periodísticos escritos o audiovisuales en formato de perfil (historias de vida), crónica o reportaje que relaten los logros en desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición de los individuos y organizaciones beneficiarias del proyecto.</li> <li>- Acuerdo sobre réplica de información entre el medio de comunicación y medios propios del proyecto.</li> </ul>
A3. Generación de contenido de prensa para difusión del proyecto en todas sus componentes y etapas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kit de prensa oficial, enviado por correo electrónico, generado a partir de coyuntura de los componentes. El kit debe incluir 1) nota de prensa para medios de comunicación con contacto de persona para ampliar información, 2) tres fotografías del proceso a relatar 3) logos de organizaciones. En caso de video, contactar al periodista para acordar método de descarga o plataforma en la que estará para visualización (no sacrificar la calidad del video comprimiéndolo para correo electrónico).</li> </ul> <p>La frecuencia de este kit de prensa está directamente relacionado con las coyunturas de cada componente. La frecuencia en la cual se realizará estos kit de prensa depende directamente de los hitos de comunicación del proyecto (10 hitos por año).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Historias de vida. Artículos periodísticos escritos en formato perfil y entrevista y respectivo registro fotográfico sobre individuos, representantes de organizaciones rurales o colaboradores del proyecto que se destaquen por sus labores, logros, avances, persistencia o transformación en temas de desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición. Se recomienda tener una variedad de perfiles en términos de etapas del componente del proyecto y por características demográficas (étnicas, geográficas, de género y etarias). Es importante también involucrar historias de excombatientes. Se propone al menos una (1) historia de vida por componente, para un total de cuatro (4). Dichas historias de vida (tipo texto) deben tener un cubrimiento distinto a las que serán cubiertas por los medios aliados, para que con ellos se tenga un sentido de exclusividad.</li> <li>- Minicápsulas audiovisuales con testimonios, representantes, aliados. Si bien algunas pueden ser complementarias a las historias escritas, se recomienda tener una variedad de personas para este material. Estas cápsulas deben servir tanto para difundir en medios de comunicación, como para rotar en redes sociales propias del proyecto. Deben estar alojadas en Youtube, Facebook en alta calidad y en formato cortó (1minuto). Si los medios requieren el video por otro método, se debe acordar formas de descarga.</li> </ul> <p>Se propone un mínimo de seis (6) cápsulas en los años venideros del proyecto, de tres (3) minutos de duración máxima cada una.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Boletín digital + Mailing: un newsletter contendrá noticias breves sobre los</li> </ul>

	<p>cuatro componentes que den cuenta de los avances trimestrales de los cuatro componentes y redirigirá a la página web donde se podrá profundizar la información. Se animará a colaboradores del proyecto a participar escribiendo notas breves de sus expectativas y experiencias en campo. Todas las notas pasarán por revisión editorial.</p> <p>Se propone un total de seis (6) piezas. Frecuencia, trimestral.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Página web. Sección noticias. Las noticias estarán correlacionadas con las notas breves del boletín y adicionales, así como con información suministrada por departamentos de comunicación, lideresas y líderes en campo y comunidad vinculada a talleres comunitarios de comunicación. Mínimo se subirá una (1) nota breve por mes.</li> <li>- Publicaciones en cuentas de redes sociales. Se recomiendan Facebook, YouTube y Twitter, no todas deberán ser actualizadas semanalmente, pero cada semana sí deberá haber actualización en una o dos de ellas. Deberán dar cuenta del contenido publicado en la sección noticias de la página web.</li> </ul>
A4. Generación de piezas de promoción para presencia de imagen institucional en el territorio	<p>Se establecerá en la etapa de definición y ajustes del proyecto la cantidad y tipos de piezas clave. Se recomiendan las siguientes piezas (algunas también mencionadas en el Manual de Marca del proyecto):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Artículos de oficina: membretes, sobres, folder</li> <li>○ Prendas institucionales: chaleco, cintas de carné, camiseta y gorra.</li> </ul>
A5. Creación de videos institucionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cinco (5) videos de alta calidad con una extensión de 4 minutos (máximo) que recojan avances a través de temáticas diferentes de los cuatro componentes técnicos con testimonios de la población beneficiada.</li> </ul> <p>La realización de estos videos se contempla a lo largo del proyecto. El videasta seleccionado por medio de convocatoria, trabajará el año entero para poder producir material audiovisual sobre cada momento clave del proyecto. El seguirá algunos beneficiarios hasta el final del proyecto para generar una continuidad en los videos.</p>
A6. Montaje e integración de la página web de Caminemos Territorios Sostenibles	<p>Página web articulada a sitio web de ONF Andina. Además de las páginas fijas de información general se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Material descargable sobre convocatorias vigentes (formatos, términos de referencia, etc).</li> <li>- Noticias.</li> <li>- Material descargable para la comunidad sobre buenas prácticas ambientales, productividad sostenible, seguridad alimentaria, territorio y otros temas de interés del proyecto (Tutoriales, infografías, videos).</li> <li>- Material de comunicación del proyecto (boletín de prensa, folleto, videos etc)</li> <li>- Link hacia todas las páginas de redes sociales del proyecto</li> </ul> <p>La actualización de la página se realizará mínimo una vez al mes.</p>
A7. Ejecución de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicaciones en cuentas del proyecto y potencialmente en las cuentas de las organizaciones socias</li> <li>- Informe de analíticas de las publicaciones de la cuenta del proyecto.</li> </ul>

A8. Sistematización final del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soporte escrito que será entregado a organizaciones civiles, beneficiarias, aliadas e internacionales con avances y logros del proyecto.</li> </ul>
A9. Evento de cierre de proyecto.	<p>Herramientas de comunicación requeridas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Invitaciones a organizaciones.</li> <li>- Pendones</li> <li>- Proyección de videos, fotografías y otros registros durante asamblea</li> <li>- Nota de prensa para difusión.</li> </ul>

Tabla #04: Herramientas de actividades de comunicación para procesos de educación ambiental y capacitaciones de otros componentes.

A10. Creación de piezas de comunicación para capacitaciones y otros eventos de cada componente en la zona de intervención	<p>Material apoyo comunicativo a eventos y capacitaciones. Se escuchará los requerimientos de lideresas y líderes técnicos de campo. Se recomiendan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Invitaciones</li> <li>- Plantilla que puede ser usada por el equipo técnico en terreno para presentaciones con comunidades</li> <li>- Infografías</li> <li>- Material audiovisual (si aplica)</li> <li>- Impresos, folletos informativos</li> <li>- Pendón del proyecto. (si ha de requerir)</li> <li>- Boletín para difusión (si ha de requerir).</li> </ul>
A11. Desarrollo de concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento de criterios de evaluación de proyectos</li> <li>- Invitaciones a establecimientos educativos, jóvenes, padres y madres de familia.</li> <li>- Apoyo en socialización. Se recomienda tener una (1) socialización con representantes de establecimientos educativos.</li> <li>- Difusión a través de Kit de prensa según Actividad Transversal AT3. Generación de contenido para difusión del proyecto en medios de comunicación.</li> <li>- En evento se requieren: Pendón, Discursos.</li> </ul>
A12. Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales de educación ambiental (con énfasis en población joven).	<p>Para la generación de contenido educativo a través de talleres de comunicación y apropiación de conocimientos territoriales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentaciones, material audiovisual y ayudas didácticas.</li> <li>- Registro audiovisual y fotográfico de todo el proceso.</li> </ul> <p>Para la generación de contenido educativo (maleta de juegos ambientales) a través del trabajo con jóvenes se estiman necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas para elaboración de los juegos.</li> <li>- Elementos (fichas, figuras, mapas) de los juegos.</li> <li>- Material informativo final sobre juegos (folletos impresos)</li> <li>- Registro audiovisual y fotográfico de todo el proceso.</li> </ul>

### III. Evaluación

#### 1. Indicadores por objetivo o grupo

Se tienen en consideración dos tipos de indicadores: por actividad y por resultados.

La primera tabla da cuenta de los indicadores según actividades y relaciona aquellas variables que dan cuenta de la eficacia de un proceso. Esto es, el grado de cumplimiento del objetivo. Involucra, entre otros, los siguientes puntos: productos o procesos realizados, usuarios a los que se dirige (número y características), objetivos estratégicos (lo que se quiere obtener, ampliar, mejorar) y condiciones de metas (cuándo, dónde, etc).

Tabla #05: Indicadores según actividad

Actividades	Indicadores de actividades	Metas
<p><b>A1. Gestión con medios nacionales regionales y locales (free press, pauta y piezas comunicativas estratégicas).</b></p> <p>Responde a: objetivo 03.</p>	<p>1. Número de medios locales y regionales contactados para free press</p> <p>2. Número de medios nacionales contactados para free press.</p> <p>3. Número de espacios de debate en emisoras regionales / locales</p> <p>4. Número de entrevistas con expertas y expertos del proyecto en emisoras regionales / locales.</p> <p>5. Número de piezas de comunicación, desarrolladas por habitantes de la región, sobre la situación de la región y sus habitantes en temas de sostenibilidad, desarrollo y paz a publicar.</p>	<p>Meta 1: Tres (3) medios locales / regionales contactados.</p> <p>Meta 2: Tres (3) medios nacionales contactados para free press.</p> <p>Meta 3: Cuatro (4) espacios de debate en emisoras regionales / locales.</p> <p>Meta 4: Cuatro (4) espacios de entrevistas con expertas y expertos del proyecto en emisoras regionales / locales.</p> <p>Meta 5: Dos (2) videos cortos, dos (2) artículos escritos y para ser publicados en medios locales y propios del proyecto.</p>
<p><b>A2. Gestión de alianzas con grandes medios de comunicación especializados.</b></p> <p>Responde a: objetivo 03.</p>	<p>6. Número de cubrimientos realizados durante el lapso del proyecto.</p>	<p>Meta 6: Dos (2) cubrimientos (indistinto el formato) por año, que involucran visitas del medio a la región</p>
<p><b>A3. Generación de contenido de prensa para difusión del proyecto en todas sus componentes y etapas</b></p> <p>Responde a: objetivo 03 y 04</p>	<p>7. Número de kits de prensa realizados y enviados a medios de comunicación.</p> <p>8. Número de Historias de Vida (texto escrito y registro fotográfico) de beneficiarios del proyecto realizadas.</p> <p>9. Número de minicápsulas audiovisuales con</p>	<p>Meta 7: Cinco (5) kits de prensa realizados en total (como mínimo)</p> <p>Meta 8: Cuatro (4) historias de vida realizada que representan nuestra intervención en el marco de todos los componentes del proyecto</p>

	<p>testimonios de beneficiarios, equipo técnico y aliados sobre avances del proyecto.</p> <p>10. Número de boletines digitales + mailing (newsletter) realizados.</p> <p>11. Número de notas breves destacadas como noticia mensuales en página web por mes.</p>	<p>Meta 9: Seis (6) cápsulas como mínimo durante el proyecto, de dos (2) minutos de duración máxima cada una.</p> <p>Meta10: Seis (6) boletines digitales / mailing de difusión</p> <p>Meta 11: Mínimo una (1) nota breve destacada al mes en página web, para un total de doce (12) notas al año.</p>
<p><b>A4. Generación de piezas de promoción para presencia de imagen institucional en el territorio</b></p> <p>Responde a: objetivo 03</p>	<p>12. Número de piezas de promoción producidas y entregadas según tipo</p>	<p>Meta 12 30 prendas para equipo técnico producidas y entregadas.</p>
<p><b>A5. Creación de videos institucionales</b></p> <p>Responde a: objetivo 03</p>	<p>13. Número de videos institucionales a preproducir, producir, posproducir.</p> <p>14. Difusión de videos institucionales.</p>	<p>Meta 13: Tres (3) videos institucionales finalizados en alta calidad para público internacional.</p> <p>Meta 14: Al menos tres (3) proyecciones de los videos en eventos.</p>
<p><b>A6. Montaje e integración de la página web de Caminemos Territorios Sostenibles</b></p> <p>Responde a: objetivos 01, 03 y 04</p>	<p>15. Plataforma web finalizada y al aire (montada y articulada)</p> <p>16. Número de actualizaciones de la página.</p> <p>17. Frecuencia de revisión de analíticas (visitas, tiempo de permanencia en página, clics efectuados, etc).</p>	<p>Meta 15: Una (1) página web articulada a la página principal de la ONF Andina.</p> <p>Meta 16: Una (1) actualización cada tres meses de la sección noticias, material descargable y otros.</p> <p>Meta 17: Una (1) revisión anual de analíticas de la página web que será consignada en el informe del plan de comunicaciones.</p>
<p><b>A7. Ejecución de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales</b></p> <p>Responde a: objetivos 03 y 04</p>	<p>18. Número de publicaciones trimestrales en redes sociales.</p> <p>19. Frecuencia de revisión de analíticas (alcance, visitas a página, publicaciones, likes, comentarios).</p>	<p>Meta 18: Al menos dos (2) publicaciones trimestrales.</p> <p>Meta 19: Una (1) revisión anual de analíticas de redes sociales que será consignada en el informe del plan de comunicaciones.</p>

<b>A8. Sistematización final del proyecto.</b> Responde a: objetivos 01 y 03	20. Número de productos desarrollados para sistematización de procesos y logros proyecto (memorias).	Meta 20: Un (1) soporte que se producirá al final del proyecto.
<b>A9. Evento de cierre del proyecto</b> Responde a: objetivo 03	21. Asamblea de cierre desarrollado con organizaciones socias, representantes de beneficiarios, algunos medios y aliados invitados.	Meta 21: Representación de los cinco (5) socios, de las instituciones beneficiarias del proyecto (al menos 10), de los financiadores (2) y de las personas beneficiarias del proyecto.
<b>A10. Creación de piezas de comunicación para capacitaciones y otros eventos de cada componente en la zona de intervención</b> Responde a: objetivo 01 y 03	22. Numero de capacitación y talleres con piezas de comunicación específicas	Meta 22: Diez (10) talleres con piezas de comunicación específicas
<b>A11. Desarrollo de concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.</b> Responde a: objetivo 02	23. Número de socializaciones con establecimientos educativos sobre parámetros del concurso.  24. Número de concursos por año sobre recursos naturales y territorio.	Meta 23: Tres (3) socializaciones con establecimientos educativos.  Meta 24: Un (1) concurso anual para jóvenes sobre recursos naturales y territorio.
<b>A12. Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales de educación ambiental (con énfasis en población joven).</b> Responde a: objetivos 01, 02 y 03	25. Definición de material de comunicación ambiental.	Meta 25: Concepto y diseño de una (1) maleta de material de educación ambiental.

Tabla #06: Indicadores según resultado

Objetivo específico.	Indicadores de resultados según objetivo específico.	Meta según indicador
O1 - Facilitar la apropiación del proyecto por los beneficiarios en temas de planeación territorial, buenas prácticas ambientales, seguridad alimentaria, nutrición familiar y	.	Meta 1: Taller de socialización del plan de comunicación por el equipo del proyecto "Caminemos, Territorios Sostenibles"

<p>sostenibilidad de sus procesos productivos y comunitarios.</p>	<p>1- El equipo del proyecto está enterrado de los mensajes claves y actividades de comunicación</p> <p>2- Número de iniciativas de educación ambiental para jóvenes apoyadas en materia de comunicación, metodología y/o material pedagógico de contenido local sobre temas de sostenibilidad, desarrollo y paz.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>3- Acceso físico a material informativo y pedagógico de refuerzo sobre temas de desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición.</p> <p>4- Acceso digital a material informativo y pedagógico de refuerzo sobre temas de desarrollo sostenible, paz, y seguridad alimentar</p>	<p>Meta 2: Al menos tres (3) iniciativas o procesos de educación ambiental son apoyadas para impactar a mil (1000) jóvenes en ellas.</p> <p>.</p> <p>Meta 3: Mil (1000) personas tienen acceso a los materiales pedagógicos desarrollados y sistematización del proyecto a través de instituciones aliadas.</p> <p>Meta 4: 50 visitas a contenidos pedagógicos sobre desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición de la región alojados en la página.</p> <p>10 descargas de material de convocatoria a nivel local (por convocatoria. (eso se medirá con el análisis anual de visitas sobre la página web)</p>
<p>O3 - Generar reflexión entre jóvenes, educadores, padres y madres de familia, alrededor de los desafíos para el desarrollo local, favoreciendo las relaciones campo-ciudad.</p>	<p>5- Participación activa de jóvenes en procesos de reflexión sobre desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición.</p> <p>6. Participación activa de mujeres en procesos de reflexión sobre desarrollo sostenible, paz y seguridad alimentaria y nutrición</p> <p>7- Fortalecimiento en aspectos pedagógicos sobre temas de sostenibilidad ambiental en representantes de establecimientos escolares.</p>	<p>Meta 5: Mil (1000) jóvenes y ocho (8) establecimientos escolares generan proyectos sobre el valor de los recursos locales y la construcción de una identidad territorial.</p> <p>Meta 6: Cien (50) mujeres participan a espacios de debates, foros de discusiones</p> <p>Meta 7: Ocho (8) establecimientos escolares capacitados en aspectos pedagógicos sobre temas de mitigación, prevención de deforestación, restauración, recuperación, rehabilitación de fuentes hídricas y áreas degradadas.</p>

<p>O4 - Destacar las acciones y alcances del proyecto al nivel local, regional, nacional, e internacional.</p>	<p>CF indicadores de las actividades A1 y A2.</p> <p>8- Cobertura regional de público masivo informado sobre el proyecto.</p> <p>9- Índice de posicionamiento y percepción positiva del proyecto en redes sociales</p>	<p>Meta 8: Mil (1000) personas reciben información sobre las acciones y alcances del proyecto a través de medios locales / regionales y medios propios del proyecto.</p> <p>Meta 9: Diez (10) comentarios positivos y cien (100) likes en redes sociales en el primer año. Al finalizar el proyecto, mejora en un 40%.</p>
<p>O5 - Contar con herramientas información periódica de los resultados del proyecto, organizada en función de temas relevantes, a través de canales propios del proyecto.</p>	<p>10- Distribución activa de mailing (newsletter) a manera de boletín digital en una frecuencia trimestral.</p>	<p>Meta 10: Seis (6) boletines digitales a manera de compilado de noticias sobre resultados y avances del proyecto son enviados a público de interés durante dos años de manera trimestral.</p>

## 2. Medidas de verificación/feedback

Se proponen dos medidas de verificación, ambos deberán estar consignados en informes trimestrales de ejecución del plan de comunicación

- Encuesta de seguimiento de actividades con beneficiarios
- Encuesta de seguimiento con medios de comunicación contactados.

Adicionalmente los informes analíticos de visitas de la página web y de los cuentos en redes sociales nos podrán informar sobre el alcance de nuestra comunicación en internet,



## IV. Recursos

### 1. Recursos humanos: rol del equipo técnico, apoyo externo para la comunicación

Cómo recurso humano principal, el equipo técnico del proyecto se apoyará sobre una agencia especialista en comunicación que debe tener competencia en redacción, diseño, organización de intercambios con la prensa y en manejo de página web entre otros.

Todo el equipo técnico tendrá a cargo la producción de los elementos de base (información inicial) necesarios al trabajo de la agencia de comunicación sobre la redacción de noticias o de cualquier soporte de comunicación.

Además un proceso de validación de cada soporte de comunicación deberá estar definido desde el inicio del contrato de la agencia de comunicación.

### 2. Recursos financieros: presupuesto disponible para las actividades de comunicación.

En el archivo de excel adjunto (03 - Equipo humano y Presupuesto - Plan de Comunicaciones Caminemos Territorios Sostenibles) se presenta el presupuesto desglosado por actividad. Se incluye una estimación de costos de adquisición de productos de comunicación que podrían ser objeto de contrataciones ulteriores (ej.: videos, publicaciones técnicas, etc.).

## Índice de anexos

---

### Anexo 01

Relación de actividades, objetivos, públicos y componentes

### Anexo 02

Sobre medios de comunicación regionales y locales, con especial atención a medios comunitarios

### Anexo 03

Referencias medios especializados en temas de interés

### Anexo 04

Hitos del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles, según componente.

### Anexo 05:

Plan de redes sociales (pendiente)

### Anexo 06:

Maleta de educación ambiental (ejemplos de juegos).

### Anexo 07

Cronograma general

### Anexo 08

Equipo humano y Presupuesto

## Anexo 01

## Relación de actividades, objetivos, públicos y componentes

Actividades	Objetivos				Público									Componente			
A1. Gestión con medios nacionales regionales y locales (free press, pauta y piezas comunicativas estratégicas).	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A2. Gestión de alianzas con grandes medios de comunicación especializados.	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A3. Generación de contenido de prensa para difusión del proyecto en todas sus componentes y etapas	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A4. Generación de piezas de promoción para presencia de imagen institucional en el territorio	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A5. Creación de videos institucionales.	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A6. Montaje e integración de la página web de Caminemos Territorios Sostenibles	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A7. Ejecución de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A8. Sistematización final del proyecto.	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A9. Evento de cierre del proyecto.	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A10. Creación de piezas de comunicación para capacitaciones y otros eventos de cada componente en	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4

la zona de intervención																	
A11. Desarrollo de concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
A12. Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales de educación ambiental (con énfasis en población joven).	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4

## Anexo 02

Sobre medios de comunicación regionales y locales, con especial atención a medios comunitarios

---

*En Guaviare el 42% de la población vive en municipios en silencio, lugares donde no existen medios de comunicación que produzcan noticias locales. Sólo en su capital, San José del Guaviare sus habitantes tienen una oferta con suficiente información local.*

*De los 14 medios de comunicación, el 30% son emisoras de la Fuerza Pública. En dos de los cuatro municipios del departamento, Calamar y Miraflores, estos son los únicos medios que existen.*

*Guaviare tiene problemas estructurales para ejercer el periodismo como la limitación de acceso a Internet, pues solamente el 0,6% de la población tiene suscripción. Estas dificultades de conectividad son un limitante para la creación de nuevos medios digitales, que son inexistentes en este departamento. Además, no hay instituciones educativas que ofrezcan capacitaciones en comunicación o periodismo.*

**Tomado de:** Cartografías de la información - FLIP Centro de Estudios

Fundación para la libertad de prensa - Colombia

<https://bit.ly/2BSZfmq>

---

Medios impresos:

- El papel de mi ciudad
  - Sede en San José del Guaviare.
  - N° de periodistas vinculados: Uno
  - El medio funciona desde 2015.
  - Llega a los cuatro municipios, con 50 ejemplares por ciudad. Se reparte cada dos o tres semanas.
  - Tiene diferentes secciones que cubren espacios informativos, opinión y espacios para publicidad paga.
- Periódico El Guaviarenses
  - Sede en San José del Guaviare
  - N° de periodistas vinculados: Uno
  - El medio funciona desde 2006.
  - Cada 15 días circulan 3.000 ejemplares en el departamento, entre 50 y 100 ejemplares en cada municipio.
  - Tiene diferentes secciones que cubren espacios informativos, opinión, clasificados y espacios para publicidad paga.

## Televisión

- Canal Regional
  - Con sede en San José del Guaviare.
  - El canal tiene una línea política conservadora. El medio funciona desde 2006.
  - Tiene cubrimiento en el municipio de San José del Guaviare.
  - El canal maneja programas de entretenimiento, musicales y de la Gobernación del departamento. Tiene un magazín de 2 horas.
- TV Retorno
  - El medio funciona desde 2011.
  - Tiene cubrimiento en el casco urbano del municipio El Retorno y cuenta con 180 suscriptores.
  - Tiene un informativo diario de 30 minutos sobre noticias locales y regionales. El canal transmite publicidad de carácter institucional, entre ellos del ICFES, la Alcaldía y la Secretaría de Salud.
- Telecalamar
  - El medio funciona desde 2009.
  - Cubre en el casco urbano de Calamar y cuenta con 4.000 suscriptores.
  - El canal no tiene espacios informativos, sus programas propios son de entrevistas, culturales y de opinión.

## Emisoras Masivas:

- Caracol Radio (102.3 F.M.)
  - Sede en San José del Guaviare.
  - Es la emisora de mayor acceso y alcance en la región, a saber: San José del Guaviare, El Retorno, Calamar y Miraflores, según informe de diagnóstico. Otros estudios afirman que llega parcialmente a El Retorno.
  - Horarios de mayor audiencia: el noticiero desde las 6 a.m. a las 9:00 a.m.
  - La pauta radial en esta emisora tiene un costo de \$40.000 en horario AAA.
  - N° de periodistas vinculados: Tres
  - La emisora ha seguido una línea política conservadora.
  - El medio funciona desde 2004. Es una emisora filial de Caracol Radio Nacional, que enlaza contenidos nacionales y tiene una producción propia con 4 horas de noticias locales y 6 horas de programación musical.
  - Ataques a la prensa: Entre 2008 y 2016, los periodistas fueron víctimas de más de 20 agresiones. La mayoría de éstas fueron llamadas y mensajes con amenazas de muerte, estigmatización y obstrucción al trabajo periodístico.
- Marandúa Stereo (100.7 F.M.):
  - Tiene cubrimiento en todo el municipio.
  - Buenos equipos
  - Pocos contenidos pues la emisora se encuentra quebrada.
  - N° de periodistas vinculados: Tres
  - La emisora ha sido un espacio al servicio de la defensa de principios liberales.

- El medio funciona desde 1998.
- Dentro de su programación tiene 22 horas de música y un espacio informativo.
- Ataques a la prensa: En febrero de 2014, durante las elecciones atípicas para la revocatoria del gobernador Octaviano Rivera, la Registraduría le negó información al medio.
- La voz del Guaviare 1180 AM - RCN
  - Sede en San José del Guaviare.
  - N° de periodistas vinculados: Dos
  - Filial de Radio RCN Nacional que enlaza con contenidos nacionales. Tiene producción propia con espacios informativos y 18 horas de programación musical. De manera abierta esta emisora ha mantenido una línea política liberal.
  - El medio funciona desde 1996.
  - Tiene cubrimiento total del departamento en frecuencia A.M.

Emisoras Comunitarias:

- El Retorno Estéreo
  - Sede en El Retorno.
  - Alcance aproximado de 5 kms2.
  - N° de periodistas vinculados: Dos
  - Esta emisora tiene micrófono abierto a las entidades gubernamentales. Uno de los objetivos es aportar al fortalecimiento de la radio escolar.
  - El medio funciona desde 2008.
  - Tiene cubrimiento en el 40% del municipio El Retorno.
  - En su mayoría, maneja una parrilla musical. Además, tiene un espacio de noticias y espacios enfocados a los jóvenes.
- Juventud Estéreo (104.7)
  - Sede en San José del Guaviare
  - N° de periodistas vinculados: Cinco
  - Alcance aproximado de 80 kms2. Estudio de la FLIP afirma que tiene cubrimiento en el casco urbano de San José del Guaviare. Barrios de alcance: 20 de julio y San Jorge.
  - Horarios de mayor audiencia: desde las 8:00 a.m. a las 12m, programa musical.
  - El único programa informativo son los sábados a las 8 a.m. sobre información local (afirma no ser muy eficiente).
  - La pauta radial es de \$10.000 a \$15.000.
  - El medio funciona desde 1998.
  - En su parrilla predomina la programación musical. Tiene espacios para noticias y espacios institucionales, donde entidades como la Alcaldía, la Policía o la Gobernación tienen micrófonos abiertos. También cuenta con espacios para instituciones educativas, organizaciones sociales y espacios religiosos.
  - Ataques a la prensa: En abril de 2005 uno de los periodistas de la emisora fue víctima de amenazas por parte de un hombre que se identificaba como miembro

de las AUC. En 2010 otro reportero fue víctima de una amenaza y un secuestro simple.

- La máxima
  - 89.7 FM Emisora Comunitaria del municipio del El Retorno Guaviare
  - Cobertura del 55% del territorio
  - Se propone generar debate sobre inclusión de jóvenes, mujeres y ex combatientes, así como información sobre actividades del proyecto.
  - <https://bit.ly/2EeFWUL>

#### Emisoras Institucionales:

- Colombia Estéreo - Emisora del Ejército Nacional de Colombia
  - Sede en San José del Guaviare.
  - La emisora hace parte de la red de 33 de emisoras que tiene el Ejército Nacional. Este sistema de medios es una herramienta en medio del conflicto armado contra grupos ilegales; en términos de libertad de expresión le resta pluralidad y diversidad a las posibilidades que tienen los ciudadanos de informarse.
  - El medio funciona desde 2001.
  - Cubre casi la totalidad del departamento, a excepción del municipio de Miraflores.
  - La emisora tiene, en su mayoría, una programación musical, y tiene campañas educativas y motivacionales.
- Colombia Estéreo - Emisora del Ejército Nacional de Colombia.
  - Sede en Miraflores
  - La emisora hace parte de la red de 33 de emisoras que tiene el Ejército Nacional. Este sistema de medios es una herramienta en medio del conflicto armado contra grupos ilegales; en términos de libertad de expresión le resta pluralidad y diversidad a las posibilidades que tienen los ciudadanos de informarse.
  - El medio funciona desde 2010.
  - Cubre el área rural y urbana del municipio.
  - La emisora tiene, en su mayoría, una programación musical, y tiene campañas educativas y motivacionales.
- Colombia Estéreo 98.7FM - Emisora del Ejército Nacional de Colombia.
  - Sede en Calamar
  - La emisora hace parte de la red de 33 de emisoras que tiene el Ejército Nacional. Este sistema de medios es una herramienta en medio del conflicto armado contra grupos ilegales; en términos de libertad de expresión le resta pluralidad y diversidad a las posibilidades que tienen los ciudadanos de informarse.
  - El medio funciona desde 2010.
  - Cubre el municipio de Calamar, parte del municipio El Retorno y veredas, como Barranquillita y Puerto Colombia.
  - La emisora tiene en su mayoría una programación musical, y tiene campañas educativas y motivacionales para sus públicos objetivos.
- Emisora de la Policía Nacional - 91.7 FM



- La emisora hace parte de la red de 34 de emisoras institucionales que tiene la Policía Nacional.
- El medio funciona desde 2010.
- Cubre casi la totalidad del departamento, a excepción del municipio de Miraflores.
- La emisora maneja, en su mayoría, una programación musical y tiene campañas educativas de prevención.

#### Radios Escolares:

- Jarabu Macano
  - Proyecto de la Secretaría de Educación de la Gobernación, que da capacitaciones a jóvenes de cinco (5) colegios de San José del Guaviare, en fotografía y video, en lectoescritura y producción transmedia. Esta iniciativa, que ha tenido acogida y que hoy hace parte de los programas de la Secretaría de Educación, ha desplegado contenidos producidos por estudiantes de la ciudad, hijos de colonos y campesinos.
- Benposta
  - Iniciativa liderada por Patricia Rivera, comunicadora, que plantea la producción de radio junto a treinta (30) jóvenes de El Retorno, que se publican en [orionestereo.com](http://orionestereo.com), emisora virtual.

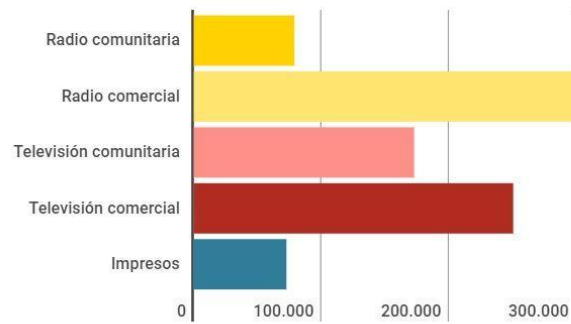
#### Sobre medios digitales

- El 0,1% de la población tiene suscripción a internet dedicado.
- Velocidad: Comparado con Bogotá, la velocidad de descarga es entre 50 y 70 veces menor (o hasta 90 veces en Miraflores). La velocidad para adjuntar archivos es 110 veces más baja.
- Existen seis proveedores de internet en el municipio. En tres de ellos se concentran los suscriptores: Colombia Telecomunicaciones S.A. ESP, GILAT Colombia S.A. ESP y AXESAT S.A.

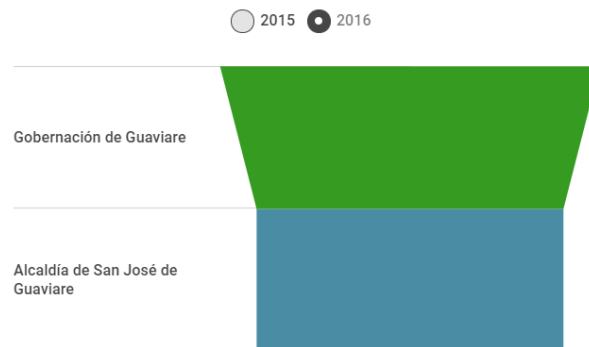
#### Otros

- Pipe Q\_ida
  - Youtuber sobre temas ambientales en Calamar, quien publica en Facebook y YouTube3
- La Biblioteca Departamental del Guaviare, en la Institución Educativa Manuela Beltrán y en la Institución Educativa Alfonso López Pumarejo, cuentan con equipos de fotografía, video, micrófonos, luces, etc. Que podrían prestar, pero se debe gestionar con antelación y con compromisos de cuidados específicos.

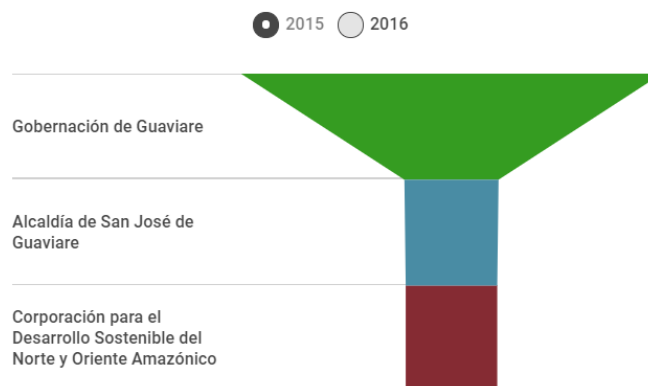
## ¿Cuánto cuesta la publicidad?



## Entidades que más pautan



## Entidades que más pautan



## Anexo 03

### Referencias medios especializados en temas de interés

---

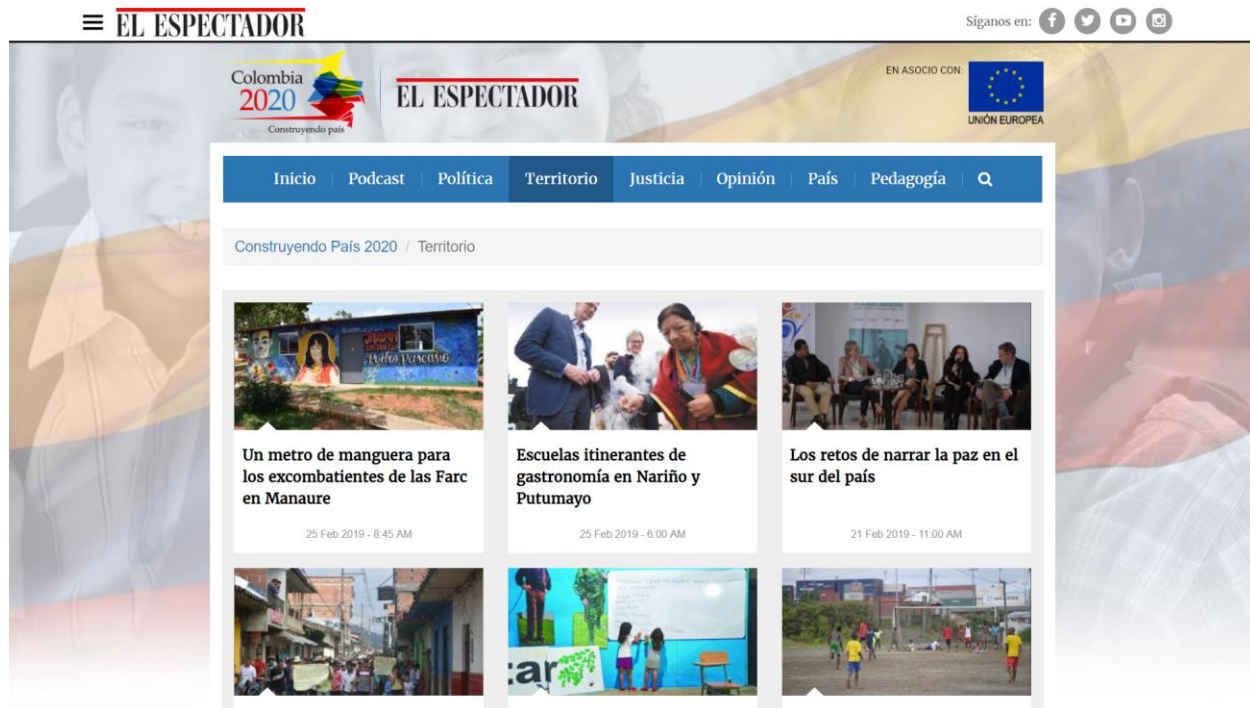
- Pacifista

- Proyecto diseñado por el capítulo colombiano de VICE, una revista fundada en 1994 en Montreal que hoy es líder global en productos periodísticos para audiencias jóvenes en internet, con presencia en más de 35 países.
- Se definen como un “proyecto enfocado en contenidos sobre los derechos humanos y la construcción de paz en Colombia” o “proyecto de contenidos sobre la terminación del conflicto armado y la construcción de paz en Colombia”.
- Secciones en el medio como ‘Proyecto Coca’, ‘Conflicto’, ‘Biósfera’, ‘Género’, ‘Líderes’, dan cuenta de la afinidad de temáticas que se comparten con el proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. De hecho, tiene algunos textos que han abarcado directamente los temas de la sustitución de cultivos ilícitos en el Guaviare y la reforestación.



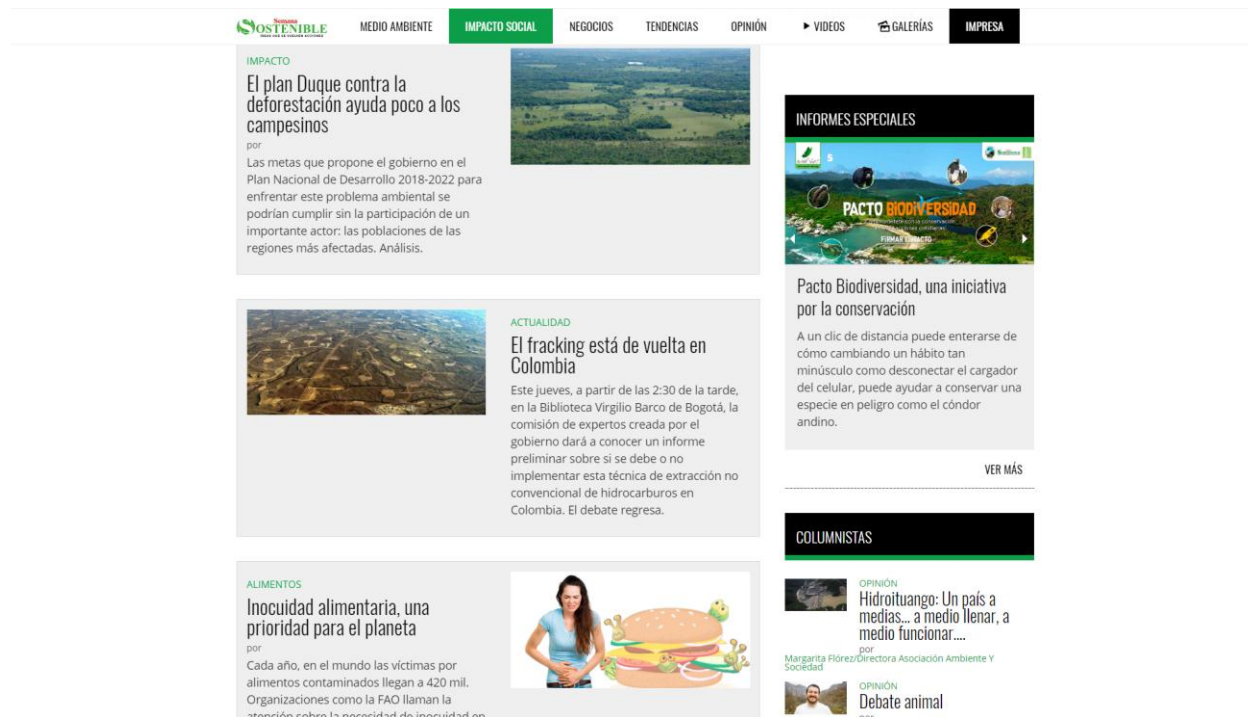
- Trabajan formatos como crónicas, reportajes, entrevistas, investigaciones, opiniones y documentales.
- Para propuestas y comentarios se debe escribir a [pacifistacol@gmail.com](mailto:pacifistacol@gmail.com), o al editor, Diego Alarcón, a [diego.alarcon@pacifista.co](mailto:diego.alarcon@pacifista.co).

- Colombia 20 / 20
  - Proyecto de El Espectador en alianza con la Unión Europea; definido como una “campaña pedagógica, participativa e informativa, construyendo país desde las regiones (...), que se mueve en tres ejes: contenido periodístico, pedagogía y encuentros y conversatorios”.



- Resultan relevantes las secciones de 'Territorio' y 'Pedagogía' donde los temas de defensa de la tierra, comunidades rurales, sustitución de cultivos, estrategias educativas ambientales, entre otros resultan temas afines con el programa Caminemos Territorios Sostenibles.
- Tienen como objetivo “servir de escenario para que las comunidades y autoridades locales y regionales presenten sus expectativas, propuestas y experiencias en la construcción de la paz”, lo cual abre la puerta a contar las historias del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles.

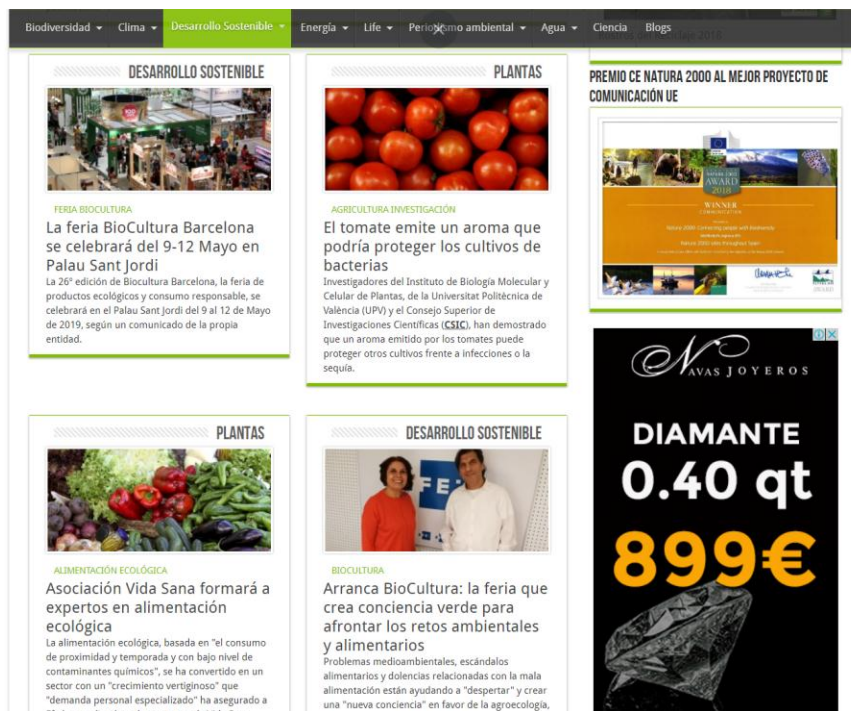
- Semana Sostenible y Semana Rural
  - Marcas registradas de Publicaciones Semana S.A.



- Sobre Semana Sostenible: Usan formatos de tipo reportaje, crónica y noticia. Tienen además contenido patrocinado por entidades (ejemplo: Corantioquia y EPM, sobre prácticas ambientales).
- Teléfono para contacto y pauta: PBX: (571) 646 8400 con Semana Sostenible.
- Sobre Semana Rural: definida como “plataforma periodística enmarcada en un proyecto de impacto social, por eso nuestro equipo no solo lo integran periodistas, comunicadores, diseñadores, fotógrafos y realizadores, sino también sociólogos, investigadores, politólogos, gestores culturales, artistas, estrategas, especialistas en desarrollo rural, líderes comunitarios y estudiantes”. Formatos de historias y reportajes en su mayoría. Combina temas de conflicto y sostenibilidad ambiental.
- Especial atención a la sección: “desde el territorio” de Semana Rural: “Esta sección reúne el contenido que produce la gente de los municipios del país donde hay dificultades para acceder a la información. Es un espacio abierto a las propuestas, en cualquier formato, de historias que tengan valor e interés local. Desde aquí, Colombia es contada por sus nuevos protagonistas. Si quieres participar, escríbenos a [mmadridv@semana.com](mailto:mmadridv@semana.com)”.
- Para contacto: [semanarural@semana.com](mailto:semanarural@semana.com) - teléfono (571) 6468400 Ext: 1439

EFE Verde.

- Medio internacional que cubre temas de biodiversidad, clima, desarrollo sostenible, periodismo ambiental, entre otros; “En EFEverde trabajamos para ofrecer Información medioambiental especializada, rigurosa, en positivo, con formato multimedia y cobertura global. EFEverde es la plataforma mundial de #periodismoambiental de la Agencia EFE”.



- Presta un especial interés por el ámbito español y latinoamericano.
- En mayo de 2018 fue con el Premio de Comunicación en los Natura 2000 Award, que concede un jurado de la Comisión Europea (entre muchas otras distinciones),
- Para remitir convocatorias, informes, noticias o cualquier tipo de asunto informativo, contacta con Efeverde de la Agencia EFE a través de nuestro correo efeverde@efe.es o llámanos al +34 91 346 71 00

- Planeta Futuro - El País
  - MEdio Internacional, sección dedicada a temas de desarrollo global sostenible de El País de España. Aborda también temáticas concernientes a las culturas y sociedades; “ ámbitos tan distintos como la economía, la salud, la educación, los derechos humanos o las políticas de género”.
  - Nace con el objetivo de reforzar la cobertura informativa de EL PAÍS en torno a temas de desarrollo humano sostenible y ayudar a enriquecer el debate político y social sobre estos retos.
  - Se desarrolla este espacio gracias a la Fundación Bill and Melinda Gates, a través de periodistas en todo el mundo..
  -

#### Otras plataformas

Verdad Abierta. Definido como un “proyecto de periodismo digital interactivo concebido de manera conjunta por la Fundación Ideas para la Paz (FIP) y la Revista SEMANA”. Especial atención para su sección ‘Tierras’.

Tierra en Disputa: <http://tierraendisputa.com/> Una investigación de Verdad Abierta, Rutas del Conflicto y Open Society Foundation.: “historias que cuentan la relación entre el conflicto por la propiedad de la tierra y la violencia en Colombia”.

Rutas del Conflicto: <http://www.rutasdelconflicto.com/> Portal de memoria sobre masacres entre 1982 y 2013. “Explora nuevos formatos que acerquen al público a la información recogida por entidades judiciales, investigaciones periodísticas y académicas sobre la guerra en Colombia”. (...) “El proyecto tiene como aliados al Centro Nacional de Memoria Histórica, la Universidad del Rosario y ColombiaCheck.com de la organización Consejo de Redacción” y Verdad Abierta.



Anexo 04  
Hitos 2019

Hito /evento clave Una línea por hito	Descripción ¿Cuál es el hito, qué se hará, por qué o para qué, cómo se hará, con quién?	Fecha	Personas a las que impactaran	Productos comunicativos que prevén usar
<b>COMPONENTE 1 PLANEACIÓN PREDIAL</b>				
Subida final plataforma FORLAND – aplicación 1 : monitoreo Deforestación	Se contempla entregar, después de varias pruebas y revisiones y de una capacitación del personal una versión final de la plataforma web mapping de FORLAND a las instituciones que van a trabajar el tema del monitoreo de la deforestación	12.2019	IDEAM, Visión Amazonia, CDA	Boletín de prensa Contactos con medios nacionales, regionales y locales  Noticia sobre el sitio web de ONF andina  Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Subida final plataforma FORLAND – aplicación 3 : ordenamiento territorial	De la misma manera se contempla entregar a los actores institucionales del ordenamiento territorial, la plataforma FORLAND como una herramienta de toma de decisión sobre este tema.	12.2019	Gobernación, municipalidades	Integrar imágenes de la utilización de FORLAND (o capacitación) al 3er video de presentación del proyecto.
Planeación predial de 400 fincas	Apoyamos cada una de las fincas de nuestros beneficiarios a diseñar modelos productivos eficaces tanto al nivel ambiental como económico.	200 fincas : 08.2019  200 fincas : 06.2020	Beneficiarios del proyecto (familias)	Noticia sobre el sitio web de ONF andina  Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Historias de éxitos de beneficiarios a filmar e integrar en el 2do video del proyecto
<b>COMPONENTE 2: SEGURIDAD ALIMENTARIA</b>				
Educación Alimentaria Nutricional	Se tiene previsto una serie de sesiones educativas que abarcan temáticas relacionadas principalmente con Practicas claves en salud y nutrición.	05/2019 200	Beneficiarios del proyecto (familias)	Folleto, pendones, sellos o stickers con logos del proyecto.
Educación Alimentaria Nutricional	Se tiene previsto entregar como producto final un RECETARIO a fin de fortalecer procesos de recuperación alimentaria en el Departamento.	2021 300 ejemplares	Beneficiarios del proyecto (familias)	Recetario construido con las familias.  Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Definición de convenio con Universidad del Bosque	El establecimiento del convenio será clave para determinar el enfoque complementario del Estudio de causalidad de la anemia (Act 2.1)	06. 2019	Beneficiarios/as del proyecto Secretaría de Salud Departamental Secretarías de Salud Municipales Gobernación de Guaviare	Videos de historias de beneficiarios a incluir en el segundo video del proyecto



Análisis de mercados locales	Esta actividad es necesaria para definir aquellos productos que presentan mayor potencial de ser comercializados en circuitos cortos de comercialización. Se realizará en convenio con UNIANDES.	mayo	Familias y/o grupos de beneficiarios	Publicación de un Ebook sobre las páginas web del proyecto, y redes sociales.
Entrega de insumos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación y selección de proveedores</li> <li>2. Elaboración de plan de compras (montaje de SP e inicio de proceso administrativo ACH)</li> <li>3. Coordinación logística de entregas</li> <li>4. Preparación de terrenos (corresponsabilidad de las familias)</li> </ol>	Julio 2019	Familias y/o grupos de beneficiarios	<p>Historias de beneficiarios en video</p> <p>Publicaciones sobre redes sociales</p>
Implementación de sistemas de producción para autoconsumo y producción de excedentes	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementación de los sistemas productivos (considerando siembras escalonadas, condiciones ambientales para definir siembras y disponibilidad de insumos)</li> </ol> <p>Estas actividades son necesarias para contar con sistemas de producción implementados que permitan el logro de los objetivos de mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional</p>	septiembre 2019	Familias y/o grupos de beneficiarios	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Cosecha y producción de alimentos (autoconsumo y producción de excedentes)	Con la implementación de los sistemas productivos se espera que a los 5 meses se inicien las primeras cosechas o aprovechamientos de sistemas pecuarios	Enero 2020	Familias y/o grupos de beneficiarios	<p>Publicaciones sobre redes sociales</p> <p>Video de historias de beneficiarios</p>
Realización de mercado campesino	Con la producción de excedentes, los resultados de análisis de mercado y el comportamiento de la producción se programan y coordinan la realización de los mercados campesinos	enero 2020	Familias y/o grupos de beneficiarios	<p>Pautas radiales, carteleras de promoción de los eventos, invitaciones</p> <p>Video de historias de beneficiarios</p>
<b>COMPONENTE 3: SISTEMAS PRODUCTIVOS</b>				
Plan de manejo forestal de 5000 validado por la CDA	Después de la validación del plan de manejo forestal sostenible por la CDA, podremos arrancar con las actividades de la empresa comunitaria forestal.	07.2019	Empresa comunitaria de aprovechamiento o sostenible de madera. Visión Amazonia CDA Gobernación	<p>Boletín de prensa Medios nacionales regionales y locales</p> <p>Historias de vida de los participantes a la empresa comunitaria a integrar en el 2do video del proyecto</p>
Constitución de la cooperativa forestal	Creación legal + adopción de las reglas de funcionamiento y distribución + elementos clave del plan de negocio	09.2019	Empresa comunitaria de aprovechamiento o sostenible de madera Visión Amazonia CDA	<p>Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)</p> <p>Boletín de prensa por los medios locales y regionales</p>

			Gobernación	
Primer aprovechamiento de madera y/o no maderables según PMFS	Implementación del PMFS, extracción de los productos y comercialización	02.2020	Ídem	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa por los medios locales y regionales
Anuncio inversión común con Visión Amazonia para transformación local de la madera	Creación y dotación de un centro regional de transformación de la madera	07.2020	Ídem	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Inversiones en proyectos comunitarios a través de los fondos concursables	En el marco del apoyo financiero a terceros, publicamos convocatorias destinadas a proyectos comunitarios de producción, transformación, comercialización.	04.2019 tres Organizaciones 11.2019 tres Organizaciones 03.2020 tres Organizaciones 10.2020 tres Organizaciones	Organizaciones comunitarias	Boletín de prensa Medios regionales y locales  Comunicación con las comunidades a través de talleres y eventos de socialización de los procesos de aplicación.
Concurso anual de los proyectos Individuales	Se organizarán dos concursos de los resultados de la planificación predial de los proyectos fueron priorizados en el marco del fondo concursable individual	05.2019 100 familias 10.2019 100 familias 03.2020 200 familias	Familias beneficiarias	Historias de las organizaciones comunitarias participantes al concurso (artículos sobre sitio web)  Boletín de prensa para medios nacionales, regionales y locales
Entrega de la inversión en los fondos rotatorios	Puesta en marcha de los fondos rotatorios (después de la capacitación a los organismos que lo manejan) como apoyo a las organizaciones comunitarias.	12.2019 12.2020	JAC; Organizaciones comunitarias	Historias de vida (artículos) de los beneficiarios del fondo rotatorio para publicar en nuestro sitio web.
Gira de intercambio Fondos rotatorios	Visita de miembros de las JAC al Huila con los operadores de los Fondos Rotatorios.	06.2019	JAC, Beneficiarios	Boletín de prensa por los medios locales y regionales  Filmar historias de beneficiarios para el segundo video del proyecto
Siembra de las áreas de restauración	Análisis de las prioridades de restauración, primeras intervenciones	10.2019	JAC, CDA, Gobernación, VA, SINCHI	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter) Boletín de prensa Medios nacionales, regionales y locales
<b>COMPONENTE 4: EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN</b>				
Concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo ciudad	Se realizarán dos concursos dirigido a jóvenes, quienes deben desarrollar sus propuestas en torno a las siguientes temáticas: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación.	11.2019  11.2020	Instituciones educativas (comunidad educativa: padres de familia, estudiantes, docentes).	Boletín de prensa Medios nacionales, regionales y locales  Convocatoria en página web y divulgación a través de medios comunitario (radios)

				Infografía
Días de sensibilización de los alumnos sobre desarrollo sostenible y reconciliación	En colaboración con CDA y demás entidades, organización de actividades educativas sobre el tema del desarrollo sostenible y la reconciliación.	A definir	CDA, Gobernación (secretaría de educación)	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa Medios nacionales, regionales y locales  Filmar las actividades por el 3er video del proyecto.
Entrega de becas herederos de tradición	Selección de candidatos, inicio de su práctica, graduación	12.2019	Jóvenes beneficiarios	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa Medios nacionales, regionales y locales
Debates o foros de discusión	Foros de discusión sobre temas ambientales: Deforestación, Áreas protegidas, Manejo Forestal-forestaría comunitaria. Y Sobre	05.2019  05.2019	Instituciones Comunidad Organizaciones	Invitaciones escritas  Talleres de socialización con las comunidades  Difusión radial (radios comunitarias : la máxima, juventud)  Filmar estos debates por el 3er video del proyecto.
Debate Estrategia de desarrollo amazónico.	Organización de 1 foro sobre ordenación territorial, apoyado en el 3r módulo FORLAND	T1 2020	Instituciones Organizaciones comunitarias	Invitaciones escritas  Talleres de socialización con las comunidades  Difusión radial (radios comunitarias : la máxima, juventud)  Filmar estos debates por el 3er video del proyecto.

Anexo 05:  
Plan de redes sociales

---

Programa de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales. (pendiente)

Anexo 06:

Ejemplos de juegos para maleta ambiental.

---

Los juegos permiten que tanto niños como adultos aprendan y reflexionen sobre su territorio y la mejor manera de conservarlo mientras se divierten. El juego permite que la comunidad se apropie de conceptos que no siempre son fáciles de explicar y que se generen conversaciones al interior de la comunidad, aún sin presencia de facilitadores externos. Los juegos que contiene la presente propuesta podrán ser usados en diferentes espacios y necesidades. Serán articulados a las estrategias de Educación Ambiental acompañadas por la CDA, en especial la de Proyectos Ambientales Escolares (PRAE) y los Proyectos Ciudadanos de Educación Ambientales-PROCEDA.

Los siguientes juegos de la maleta ambiental Juégatela por tu Territorio funcionan como ejemplos teniendo en cuenta objetivos de identificación de recursos, reconocimiento de relaciones entre especies y hábitos positivos ambientales. Deberán adecuarse a los temas de mitigación, prevención de deforestación, restauración, recuperación, rehabilitación de fuentes hídricas y áreas degradadas para la sostenibilidad ambiental de la región. Esta adecuación o modificación total tendrá lugar en socializaciones con comunidad y CDA.

Los juegos deben tener dinámicas sencillas y de fácil apropiación, pudiendo servir como herramientas comunitarias para la conservación del territorio y como material pedagógico para comunidades, docentes y facilitadores en territorio. Algunos de estos juegos ya fueron probados en diferentes comunidades del país y se ha constatado su fácil apropiación y la creación de espacios de diálogo entre diversos miembros de la comunidad.

- Juego 1: Memoria – encuentra el par

Objetivo del juego: Encontrar todos los pares de imágenes que coincidan en el menor número de intentos. De esta forma, para ganar en este juego es necesario memorizar y recordar donde están las tarjetas e identificar la pareja de cada tarjeta. Esto permite que los jugadores se familiaricen con las especies de su territorio y puedan identificarlas y diferenciarlas visualmente.

- Juego 2: Adivina – descubre quién soy

Objetivo del juego: Adivinar la especie misteriosa elegida por el equipo contrario a través de preguntas sobre sus características. A medida que cada equipo hace preguntas, va descartando especies hasta poder adivinar la del contrincante. Esto permite que los jugadores aprendan sobre las especificidades de la fauna y la flora local.

- Juego 3: Dominó – conéctalo contigo

Objetivo del juego: Aprender sobre los usos de las especies de fauna y flora. Es un juego de dominó en el que cada ficha está dividida en dos partes: en una aparece una especie de animal o planta, y en otra las relaciones que pueden tener las plantas y los animales con los humanos. Hay 4 tipos de relación entre los seres humanos y las especies: comer, construir, curar, cuidar y 28 imágenes de especies de flora y fauna diferentes. La idea es que completando el dominó, niños y adultos puedan aprender sobre cómo interactúan los humanos con cada especie.

- Juego 4: Pirámide – mantén el equilibrio

Objetivo del juego: Entender la interdependencia entre las especies a través de un juego sobre una cadena trófica: plancton, camarón, jaiba y garza en el caso del Pacífico. El juego se compone de una estructura de 4 pisos que se mantiene en equilibrio y que simboliza los diferentes ecosistemas de 4 especies que componen una cadena trófica. A través de unas tarjetas, los jugadores tienen que quitar y poner especies, entendiendo que el equilibrio entre ellas es esencial para la supervivencia de todas.

- Juego 5: Cubos de historias – crea historias al azar

Objetivo del juego: Crear historias hablando, inspirándose de las imágenes que aparecen en los 7 cubos. Cada cubo tiene un tema: eventos, lugares, animales de agua, animales de tierra, plantas, personajes y verbos. Esto permite que niños y adultos tejan narrativas sobre su territorio y las especies presentes en él.

- Juego 6: Ruleta ambiental – cumple tu misión

Objetivo del juego: Asignar misiones a niños y adultos para que adquieran reflejos y habilidades para conocer y cuidar la fauna y flora de su territorio. Es una ruleta que, al girar, asigna a una persona una misión al azar para que se desarrolle a lo largo del día. La ruleta contiene veinte (20) misiones de educación ambiental organizadas en las siguientes 4 categorías: Reconozco mi territorio, cuido la naturaleza, me conecto con mis raíces, reciclo.

- Juego 7: Escaleras y serpientes – conserva tu territorio

Objetivo del juego: En este juego se trata de entender el equilibrio perfecto entre la utilización de los recursos naturales y lo que le devolvemos a la tierra. El objetivo del juego es recorrer el camino más rápido que los demás jugadores. Para

hacerlo, cada jugador deberá aprender a manejar los recursos naturales que aparecen en el camino, tanto los individuales como los comunitarios.

- Juego sobre la gestión del territorio

Este juego busca que las comunidades, incluyendo niños y adultos, puedan adquirir conocimiento sobre el manejo de su territorio. El elemento principal del juego se compone de un tablero que representa un territorio específico con sus principales elementos: bosques, ríos, mares, zonas de riesgo ecológico, zonas de conservación forestal, zonas de pesca artesanal, zonas de pesca industrial, zonas mineras, de megaproyectos etc. Los jugadores lanzan una esfera en el territorio y dependiendo en la zona en la que caiga, tendrán que sacar una tarjeta o responder una pregunta. De esta manera, aprenden sobre los diferentes comportamientos que pueden tener en cada uno de estos territorios y adquieren información sobre ellos. El juego será construido a través de un proceso comunitario, incluyendo talleres y grupos focales con los diversos actores del territorio con el fin de recoger todos los insumos necesarios para hacerlo lo más relevante posible y tener en cuenta las diversas visiones y agendas sobre el territorio.

- Juego sobre actividades productivas

Este juego busca, a través de la simulación, instalar en la comunidad y en campesinos una visión de mediano y largo plazo. La simulación consiste en un territorio que los jugadores deben gestionar de la mejor manera, teniendo en cuenta la necesidad de hacerlo producir pero también de cuidar el equilibrio de sus recursos. La idea es que, a través de una serie de situaciones y dilemas, el jugador pueda entender los conceptos de desarrollo sostenible, ahorro e inversión y tener más elementos para la comercialización de sus productos. De esta manera, se busca que los campesinos puedan formarse en el ejercicio de administrar su territorio y su recurso con una visión de mediano y largo plazo.

Anexo 07  
Cronograma general

---



Vs. 02 - Abril de 2019

Anexo 08

Equipo humano y Presupuesto

---

2019



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

## Informe intermedio de comunicación

Nº2 \_ 09/2019





## Informe descriptivo intermedio

N°2\_09/2019

### Instituciones

ONF International  
ONF Andina  
Acción Contra el hambre  
Fundación Éxito  
Alquería  
Gobernación del Guaviare

### Autores

Luis Alejandro Páez  
Diana Carolina Rojas  
Iris Parrot  
Laura Alvarado

### Revisión

Lucía Castillo – Unión Europea

### Artwork

Clickarte

### Fotos

Citurna TV  
Nicolás Becerra  
Pablo Mejía  
Iris Parrot  
Diana Gavilán  
Laura Alvarado

### Mapas

Juan Ricardo Osorio Romero  
Tomas Cuadrado

Portada: vista desde el raudal, Nicolas Becerra.

“La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo financiero de la Unión Europea y del Fondo Europeo para la Paz. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Caminemos, Territorios Sostenibles y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea”.

### Fecha de publicación

09/2019

### Agradecimientos

Agradecemos el Fondo Europeo para la Paz, Visión Amazonia, la CDA, el SINCHI, el IDEAM el SENA y todas las personas que nos faciliten el trabajo y apoyen diariamente nuestras actividades.



El futuro  
es de todos

Gobierno  
de Colombia

## Tabla de materias

<i>Tabla de materias</i>	3
<b>LISTA DE TABLAS Y FIGURAS</b>	<b>3</b>
<b>LISTA DE SIGLAS</b>	<b>5</b>
<b>1. Descripción</b>	<b>6</b>
<b>2. Visibilidad</b>	<b>7</b>
2.1 <i>Plan de comunicación</i>	7
Objetivos de comunicación	7
Grupos destinatarios	7
2.2. <i>Actividades desarrolladas</i>	18
A. Grandes eventos del proyecto	18
Reunión de lanzamiento	24
Asamblea General	24
B. Talleres de socialización	26
C. Carrera contra la deforestación	28
D. <i>Giras técnicas</i>	29
E. Participación en instancias	29
Comité interinstitucional de educación ambiental- CIDEA - Guaviare.	29
Comité técnico ambiental de ordenamiento territorial	30
2.3. <i>Relación de prensa</i>	30
2.4. <i>Soportes realizados</i>	36
Folleto	36
Camisetas – chalecos – gorras	37
Cuaderno, calendario, estickers	43
Soportes de capacitaciones y socializaciones de proyecto	44
Video de presentación del proyecto	46

## LISTA DE TABLAS Y FIGURAS

ILUSTRACIÓN 1 FOTOS DEL LANZAMIENTO DEL PROYECTO 09.2018	24
ILUSTRACIÓN 2 FOTOS DE LA ASAMBLEA GENERAL DEL PROYECTO	25
ILUSTRACIÓN 3 FOTOS DE LA ASAMBLEA GENERAL DEL PROYECTO 08/2019	25
ILUSTRACIÓN 4 PANTALLAZOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS DURANTE LA ASAMBLEA GENERAL DEL PROYECTO	26
ILUSTRACIÓN 5 SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO CON JAC DE LAS VEREDAS DEL RETORNO Y DE CALAMAR...	27
ILUSTRACIÓN 6 FOTOS DE LA CARRERA CONTRA LA DEFORESTACIÓN	28
ILUSTRACIÓN 7 PANTALLAZO DEL VIDEO DE LA GIRA TÉCNICA AL HUILA	29

ILUSTRACIÓN 8 FOTOS DEL COMITÉ INTERINSTITUCIONAL DE EDUCACIÓN AMBIENTAL .....	30
ILUSTRACIÓN 9 FOTOS DE NUESTRA INTERVENCIÓN EN LA EMISORA LOCAL SOBRE EL PLAN DE MANEJO FORESTAL.....	32
ILUSTRACIÓN 10 ARTICULO EN EL REPORTE DE ACTIVIDAD DE LA ONF EN FRANCIA.....	33
ILUSTRACIÓN 11 ARTICULO INTERNET SOBRE NUESTRO PROYECTO EN EL SITIO WEB DE LA ONF .....	34
ILUSTRACIÓN 12 PANTALLAZO DEL PERFIL FACEBOOK DE PROYECTO .....	34
ILUSTRACIÓN 13 EJEMPLOS DE PUBLICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES.....	35
ILUSTRACIÓN 14 PANTALLAZO DE LA PÁGINA WEB DE PROYECTO .....	35
ILUSTRACIÓN 15 FOLLETO DEL PROYECTO.....	36
ILUSTRACIÓN 16 DISEÑO Y FOTOS DE LA CAMISA BLANCA DEL PROYECTO .....	41
ILUSTRACIÓN 17 GORRAS PARA LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS - ENCUENTRO DE SABERES AMBIENTALES CDA .....	41
ILUSTRACIÓN 18 PENDONES POR LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS – ENCUENTRO DE SABERES AMBIENTALES CDA .....	42
ILUSTRACIÓN 19 CUADERNOS DEL PROYECTO .....	43
ILUSTRACIÓN 20 CALENDARIO DE PROYECTO.....	43
ILUSTRACIÓN 21 EJEMPLO DE ESTICKER DEL PROYECTO .....	43
ILUSTRACIÓN 22 LETRERO DE ENTRADA DE OFICINA .....	44
ILUSTRACIÓN 23 LÍNEA DE TIEMPO, DE OCUPACIÓN Y DE USO DEL TERRITORIO DEL GUAVIARE (HERRAMIENTA DE TALLER DE CAPACITACIÓN) .....	44
ILUSTRACIÓN 24 EJEMPLO DE STICKERS DE LAS ORGANIZACIONES DE BASE QUE PARTICIPAN AL COMPONENTE 3 DEL PROYECTO .....	45
ILUSTRACIÓN 25 RUTA METODOLÓGICA DE INTERVENCIÓN FAMILIAR (HERRAMIENTA DE SOCIALIZACIÓN DE PROYECTO) .....	45
ILUSTRACIÓN 26 FOLLETO DE PRESENTACIÓN DE LA RUTA AGROECOLÓGICA TURÍSTICA DEL ETCR DE COLINAS (APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS).....	46
 TABLA 1 ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN CONTEMPLADAS EN EL PROYECTO (FUENTE: PLAN DE COMUNICACIÓN) .....	9
TABLA 2 ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN PARA PROCESOS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y CAPACITACIONES DE OTROS COMPONENTES (FUENTE: PLAN DE COMUNICACIÓN) .....	17
TABLA 3 HITOS DEL PROYECTO.....	18
TABLA 4 TALLERES DESARROLLADOS EN EL MARCO DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO 12/2018.....	26
TABLA 5 LISTA DE CONTACTOS DE PRENSA EN EL GUAVIARE .....	30

## LISTA DE SIGLAS

<b>AA</b>	Autoridad Ambiental
<b>ACH</b>	Acción Contra el Hambre
<b>ADR</b>	Agencia de Desarrollo Rural
<b>ART</b>	Agencia de Renovación Territorial
<b>CDA</b>	Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente de la Amazonia.
<b>DAPG</b>	Departamento Administrativo de Planeación Guaviare
<b>ELC</b>	Equipo Local de Coordinación
<b>FAO</b>	Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura
<b>FCDS</b>	Fundación para la conservación y desarrollo sostenible
<b>GIZ</b>	Cooperación Alemana
<b>MADR</b>	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
<b>MADS</b>	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
<b>MFS</b>	Manejo Forestal Sostenible
<b>ONFA</b>	Sucursal de ONF International para la Región Andina, Centroamérica y el Caribe
<b>ONFI</b>	(Office National des Forêts - ONF) a nivel internacional
<b>ONU</b>	Organización de Naciones Unidas
<b>PNIS</b>	Programa Nacional Integral de Sustitución
<b>SAMA</b>	Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente
<b>UE</b>	Unión Europea
<b>UNODC</b>	Organización de las naciones unidas contra la droga y el delito
<b>VA</b>	Visión Amazonia

## 1. Descripción

1.1. Nombre del coordinador del contrato de subvención: ONF International

1.2. Nombre y cargo de la persona de contacto: Luis Alejandro Páez

1.3. Nombre de los beneficiarios y entidades afiliadas que participan en la acción:

Co-solicitantes: ONF Andina, Acción Contra el Hambre, Alquería, Fundación Éxito, Gobernación del Guaviare

1.4. Título de la acción: Desarrollo Rural Integral del Guaviare para la Paz, “Caminemos, Territorios Sostenibles”

1.5. Número de contrato: TR06.24

1.6. Fecha de inicio y fecha final de la acción: 11.06.2018 – 10.05.2021

1.7. País(es) o región(es) destinatario(s): Colombia, Guaviare

1.8. Beneficiarios finales y/o grupos destinatarios (si son diferentes) (incluyendo el número de hombres y mujeres):

Entidades beneficiarias: Agencia de Renovación del Territorio - ART, Gobernación del Guaviare, Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico - Autoridad ambiental regional CDA.

No. De Familias beneficiarias: 1000 Familias. A través de:

- 400 familias con planeación predial
- 600 familias con sistemas productivos alternativos / mejorados (a través de inversiones a escala familiar o comunitaria)
- 400 familias integradas al programa de seguridad alimentaria
- 200 mujeres gestantes o con niños menores de 5 años recibiendo apoyo y capacitación en alimentación
- 15 organizaciones comunitarias con capital semilla para continuar acciones de transformación y/o comercialización (Fondos Rotatorios).
- 1200 jóvenes recibiendo capacitación en desarrollo sostenible
- 8 establecimientos de educación con un proyecto de fortalecimiento de la relación campo-ciudad
- 466 personas (excombatientes) que se encuentran ubicadas en los 2 ETCR (302 en Colinas y 164 en Charras).

## 2. Visibilidad

### 2.1 Plan de comunicación

Se contrató un joint venture de agencias de comunicación para realizar el plan de comunicación del proyecto: Clickarte & Enlucha films.

#### Plan de trabajo

- Etapa de diagnóstico (Diciembre 2019):
- Taller en Bogotá (Diciembre 2019)
- Entrega del primer diagnóstico estratégico (Febrero 2019)
- Entrega de ideas de actividades de visibilidad y soportes (Enero 2019)
- Entrega de la parte de monitoreo y evaluación de la parte comunicación del proyecto (Marzo 2019)
- Entrega de la parte recursos del plan de comunicación (Marzo 2019)
- Entrega del plan de comunicación final (Abril 2019)

Ya se entregó el plan de comunicación del proyecto que se puede resumir a través de la tabla siguiente.

#### Objetivos de comunicación

O1 - Facilitar la apropiación del proyecto por los beneficiarios en los diferentes temas del proyecto.

O2 - Generar reflexión entre jóvenes, educadores, padres y madres de familia, alrededor de los desafíos para el desarrollo local, favoreciendo las relaciones campo-ciudad.

O3 - Destacar las acciones y alcances del proyecto al nivel local, regional, nacional, e internacional.

O4 - Generar información periódica de los resultados del proyecto, organizada en función de temas relevantes, a través de canales propios del proyecto.

#### Grupos destinatarios

##### Público directo beneficiarios de la zona de intervención

P1. Población rural campesina

Énfasis especial hacia mujeres, así como jóvenes y ex combatientes.

P2. Organizaciones comunitarias y actores económicos del sector agropecuario y del turismo

Actores económicos de los sectores agropecuario, forestal y turístico.

P3. Instituciones públicas regionales



Actores de la educación general, autoridades ambientales y de salud. Como entidades beneficiarias se mencionan las siguientes: Gobernación del Guaviare, CDA (Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico - Autoridad ambiental regional).

#### **Público indirecto en la zona de intervención**

P4. Otras entidades públicas, privadas y entes no gubernamentales, con iniciativas en el departamento del Guaviare.

El proyecto trabajará de la mano con entidades como la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Parques Nacionales Naturales de Colombia, Agencia para la Renovación del Territorio (ART), Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, ICBF, SINCHI, SENA, Programa Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos, proyecto GEF Corazón de Amazonía (Fondo Mundial del Medio Ambiente), Corporación para el Desarrollo Integral Sostenible y la Paz (DEISPAZ) y Hilfswerk Austria International (HWA), Programa REM Visión Amazonía, Ministerio de Ambiente, Agencia de Desarrollo Rural (ADR), Agencia de Reincorporación Nacional (ARN), entre otras.

#### **Público interno**

P5. Organizaciones gestoras del proyecto y socios estratégicos.

Directivos, departamentos de comunicación de entidades socias, voceras y voceros (representantes autorizados para hablar con medios de comunicación), equipo técnico en campo, entre otros.

#### **Público de mayor alcance**

P6. Público consumidor de medios masivos interesado en temas de paz, activismo y causas ambientales.

P7. Colectivos interesados en temas de paz, activismo y causas ambientales.

P8. Organizaciones, donantes y aliados a nivel nacional e internacional.

P9. Centros de investigación nacionales e internacionales, Universidades (SINCHI, U. Nacional, CIRAD, demás universidades), publicaciones científicas a nivel nacional e internacional y sus respectivos consumidores.

**Tabla 1 Actividades de comunicación contempladas en el proyecto (Fuente: Plan de comunicación)**

Descripción de Actividad		
<p><b>A1. Gestión con medios nacionales, regionales y locales (free press, pauta y piezas comunicativas estratégicas).</b></p> <p>Esta actividad incluye la construcción de una base de datos y un contacto con medios nacionales, regionales y locales -según frecuencia de hitos y coyunturas de los componentes- con periodistas específicos en cada medio de comunicación mapeado.</p> <p>La gestión local / regional incluye una (1) sesión de socialización en la que se busca dar a conocer a los medios locales y comunitarios el proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. Se abordarán en este espacio las iniciativas y alcances de mayor impacto en temas de sostenibilidad, desarrollo y paz. Se pretende que además de una apropiación de la importancia del proyecto en la región, se familiaricen con las personas encargadas de la comunicación para facilitar la relación a lo largo del proyecto. La estrategia de comunicación con medios comunitarios y masivos locales y regionales incluye el listado que se presenta en Anexo 02.</p> <p>Con respecto a los medios comunitarios, se pretende desarrollar espacios mediáticos para la apropiación de los contenidos del proyecto con las comunidades rurales. Es relevante generar espacios que aporten también a la educación ambiental desde los medios existentes en la zona de intervención. Se le da un fuerte énfasis a la radio por su cobertura e importancia en la región. Se proponen los siguientes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Foro/debate: espacios radiales de debate de temas relacionados con el posconflicto y el desarrollo de la región. Este tema hace parte de la estrategia del componente 4 del proyecto. Sera definida en más detalles en otro documento específico de la parte educativa del proyecto.</li> <li>- Entrevistas en espacios radiales, televisivos o impresos: se proponen entrevistas con expertas y expertos (líderes y lideresas de campo del proyecto) que generen tips de buenas prácticas en cada uno de los componentes y que permitan ser entrevistados con dudas de la comunidad (individuos y empresas del campo) sobre producción sostenible, manejos de recursos territoriales, alimentación, huertas, etcétera. Al mismo tiempo, la persona entrevistada podrá dar cuenta del avance del proyecto.</li> </ul>	Público objetivo	P1, P2, P3
	Responsables	<p>Agencia de comunicación</p> <p>Responsables técnicos</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivos específicos	O3, O1

<p>- Publicidades en emisoras locales sobre los avances del proyecto, las noticias, convocatorias, concursos, eventos, talleres y más generalmente sobre los hitos del proyecto.</p> <p>En lo posible, también se propondrán transmisiones de radio móvil desde zonas en las que esté implementándose el proyecto. Se incluye aquí también la gestión de pauta en emisoras locales.</p> <p>Entre los medios de comunicación contactados es importante identificar publicaciones especializadas / científicas e instituciones académicas en las que se pueda difundir información técnica del proyecto generada por equipo técnico y otros expertos dentro del proyecto.</p>		
<p><b>A2. Gestión de alianzas con grandes medios de comunicación especializados</b> en temáticas de interés (desarrollo, paz, posconflicto, ambiente y sostenibilidad) para generación de contenido exclusivo. Estos medios de comunicación pueden ser nacionales o franquicias internacionales. Se puede contemplar difusión con Europa para momentos puntuales. Es posible apoyarse con aliados (como embajadas y entidades públicas) en adición a estos medios de comunicación para difusión.</p> <p>Se recomienda generar gestión por lo menos con tres (3) grandes medios. Revisar Anexo 03, sobre ejemplos de medios.</p> <p>Se planifica la invitación de estos medios aliados a visitar la zona de proyecto. Una visita por cada uno de estos 3 medios cada año.</p> <p>Bajo común acuerdo y parámetros establecidos que correspondan a criterios de la Unión Europea se desarrollarán contenidos escritos y audiovisuales (ver más adelante, herramientas y soportes) por los medios nacionales. Esta actividad posibilitará llegar a públicos amplios y posicionar el proyecto como referente a nivel nacional e internacional.</p>	Público objetivo	P4, P6, P7, P8
	Responsables	<p>Agencia de comunicación (organización de las visitas)</p> <p>Fondo Europeo para la Paz, AFD, Embajada de Francia, Ejército (contactos con los grandes medios de comunicación)</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3
<p><b>A3. Generación de contenido de prensa para difusión del proyecto en todas sus</b></p>	Público objetivo	Todos los públicos.

<p><b>componentes y etapas</b> (boletines, notas de prensa, entrevistas, historias de vida, artículos, fotografías, videos cortos informativos).</p> <p>Se incluye en las acciones de esta actividad: solicitud de información al equipo técnico y producción de contenidos para <u>medios de comunicación externos</u> y <u>canales propios</u> como redes sociales, página web, mailing e impresos (publicaciones en sección noticias de página web, posts en cuentas de los socios o de la UE en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, fotografías, videos). A continuación, se mencionan hitos o eventos clave de cada componente, como por ejemplo de contenidos relevantes a difundir, <u>sin que eso signifique limitarse a ellos</u>. Revisar el Anexo 4 Hitos 2019, al final del documento para mayor información sobre los soportes de comunicación para cada uno de los hitos referidos. Otras coyunturas pueden tenerse en cuenta para comunicar:</p>	<p>Responsables</p>	<p>Agencia de comunicación del proyecto con el apoyo del equipo técnico y socios estratégicos.</p> <p>Fotógrafo(a) y videógrafo profesional</p>
	<p>Componente</p>	<p>C1, C2, C3, C4, C5</p>
<p>Planeación predial y territorial (A3-C1)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Subida final plataforma FORLAND – aplicación 1: monitoreo Deforestación.</b> Mensaje clave: Entrega de versión final de la plataforma FORLAND a las instituciones que van a trabajar el tema del monitoreo de la deforestación. Se explicita cómo aporta esta plataforma al desarrollo sostenible y a la paz de la región. Fecha: 12.2019</li> <li>→ <b>Subida final plataforma FORLAND – aplicación 3: ordenamiento territorial.</b> Mensaje clave: Entrega a actores institucionales la plataforma FORLAND como una herramienta de toma de decisión sobre ordenamiento territorial. Se explicita cómo aporta esta plataforma al desarrollo sostenible y a la paz de la región. Fecha: 12.2019</li> <li>→ <b>Planeación predial de 400 fincas.</b> Mensaje clave: Planificación de 400 predios con modelos sostenibles y acordes con el estado legal del territorio . Fechas: 08.2019 y 06.2020.</li> </ul> <p>Mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional (A3-C2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <b>Educación alimentaria nutricional.</b> Mensaje clave: Información sobre sesiones educativas en prácticas clave de salud y nutrición, así como de la entrega de 300 ejemplares de un Recetario como producto final para la recuperación alimentaria del departamento. Se explicita en este aporte desde la seguridad alimentaria y la nutrición. Se incluyen historias de beneficiarios (en video). Fechas: 05.2019 / Recetario 2021</li> <li>→ <b>Estudio anemia con Universidad del Bosque.</b> Mensaje Clave: Difusión sobre los resultados del estudio de causalidad de la anemia (Act. 2.1.)</li> </ul>	<p>Objetivo específico</p>	<p>O3 y O4</p>

encaminado al aporte a la región. Fecha: 08.2019

- **Análisis de mercados locales.** Mensaje Clave: En convenio con la Universidad de los Andes, se realizará esta actividad para definir productos potenciales de comercialización en circuitos cortos. Destacar la relevancia del E-book sobre las costumbres culinarias y mercantiles locales, así como el papel que tiene este libro en la difusión de la cultura guaviarenses. Fecha: 05. Pendiente año
- **Entrega de insumos.** Mensaje Clave: Información sobre entregas de insumos a las familias beneficiarias en temas de seguridad alimentaria. Se incluyen historias de familias beneficiarias. Fecha: 07.2019
- **Implementación de sistemas de producción para autoconsumo y producción de excedentes.** Mensaje Clave: Información sobre la implementación de sistemas de autoconsumo en la región con énfasis en las particularidades de las siembras, condiciones ambientales e insumos que posibilitan el logro de mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional. Fecha: 09.2019
- **Cosecha y producción de alimentos (autoconsumo y producción de excedentes).** Mensaje Clave: Primeras cosechas o aprovechamientos de sistemas pecuarios que aportan a los beneficiarios en temas de sostenibilidad. Se incluyen historias de beneficiarios que aportan a la región a través de sus producciones (en video). Fecha: 01.2020
- **Realización de los mercados campesinos.** Mensaje Clave: Organización e implementación de los mercados campesinos, nuevas oportunidades de mercado por los beneficiarios. Se incluyen historias de beneficiarios que aportan a la región a través de sus producciones en video. Fecha: 01.2020
- **Cierre Resultado 02 - Mejoramiento de la seguridad alimentaria y nutricional con dimensión territorial.** Mensaje clave: Resumen de logros del componente hacia los beneficiarios en la región en materia de desarrollo, sostenibilidad y paz.

Sistemas productivos sostenibles (A3-C3)

- **Plan de manejo forestal de 5000 validado por la CDA.** Mensaje Clave: Información sobre validación del plan de manejo forestal sostenible por la CDA como preámbulo a la constitución de una cooperativa forestal que aportará a la región en temas de desarrollo sostenible desde sus habitantes y la accesibilidad legal al bosque para su uso sostenible, convirtiendo este recurso en una oportunidad económica. Se incluyen historias de vida de los participantes a la empresa comunitaria.
- **Se prevé un lanzamiento oficial, cuando el PMF esté aprobado, con autoridades locales y presencia de Embajadores de la UE y Francia.**
- Fecha: 11.2019
- **Constitución de la Cooperativa Forestal.** Mensaje Clave: Información sobre la constitución legal y actividades de una empresa comunitaria de aprovechamiento sostenible de madera que le aportará a la sostenibilidad y desarrollo ambiental en la región. Fecha: 09.2019
- **Primer aprovechamiento de madera y/o no maderables según PMFS.** Mensaje Clave: Información de cómo se viene trabajando el Plan de Manejo Forestal en la extracción de los productos y comercialización. Explicitar aporte en temas de sostenibilidad ambiental de esta actividad en

el departamento. Fecha: 02.2020

- **Anuncio inversión común con Visión Amazonía para transformación local de la madera.** Mensaje Clave: Difusión de articulación con Visión Amazonía para la creación y dotación de un centro regional de transformación de la madera. Explicitar aporte en temas de sostenibilidad ambiental de esta actividad en el departamento. Fecha: 07.2020
- **Inversiones en proyectos comunitarios a través de los fondos concursables.** Mensaje Clave: Difusión sobre el apoyo financiero a terceros a través de las convocatorias destinadas a proyectos comunitarios de producción, transformación, comercialización en la región. Fecha: 04.2019, 11.2019, 03.2020, 10.2020
- **Concurso anual de los proyectos Individuales.** Mensaje Clave: Difusión sobre la organización de dos concursos basados en los resultados de la planificación predial de los proyectos y que fueron priorizados en el marco del fondo concursable individual. Se incluyen piezas para etapa de convocatoria, historias de las organizaciones comunitarias participantes al concurso y su aporte al desarrollo sostenible de la región. Fecha: 05.2019, 10.2019, 03.2020
- **Entrega de la inversión en los fondos rotatorios.** Mensaje Clave: Información sobre puesta en marcha de fondos rotatorios como apoyo a las organizaciones comunitarias y su sostenibilidad económica. Se incluyen historias de éxito de los beneficiarios del fondo rotatorio (artículos) e información sobre las organizaciones capacitadas que manejan el fondo. Mencionar la responsabilidad de las asociaciones y sus miembros en la financiación del desarrollo local. Fecha: 12.2019, 12.2020
- **Gira de intercambio Fondos rotatorios.** Mensaje Clave: Difusión sobre visita de miembros de las JAC al Huila con los operadores de los Fondos Rotatorios. Se incluye registro de seguimiento. Fecha: 07.2019
- **Siembra de las áreas de restauración.** Mensaje Clave: Información sobre el análisis de las prioridades de restauración, primeras intervenciones, en materia de sostenibilidad en la región. Fecha: 10.2019
- **Cierre Resultado 03 - Sistemas productivos sostenibles.** Mensaje clave: Resumen de logros del componente en materia de desarrollo sostenible y paz con beneficiarios, organizaciones e instituciones.

Comunicación y educación para el desarrollo territorial (A3-C4)

- **Concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.** Mensaje clave: Difusión sobre dos concursos dirigido a jóvenes, quienes deben desarrollar sus propuestas en torno a las siguientes temáticas: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación. Se incluyen piezas para etapa de convocatoria. Fecha: 11.2019, 11.2020
- **Días de sensibilización de los alumnos sobre desarrollo sostenible y reconciliación.** Mensaje clave: En colaboración con CDA y demás entidades, organización de actividades educativas sobre el temas del desarrollo sostenible y la reconciliación. Fecha: Pendiente.
- **Entrega de becas herederos de tradición.** Mensaje clave: Información

<p>sobre programa diseñado para que jóvenes campesinos se capaciten en procesos ganaderos y lecheros, para asegurar que no se pierdan los conocimientos del campo en siguientes generaciones. Se incluye información sobre de candidatos, inicio de su práctica y graduación. Fecha: 12.2019</p> <p>→ <b>Debates o foros de discusión.</b> Mensaje clave: Información sobre actividad. Plantear la importancia de poner sobre la mesa de discusiones comunitarias las problemáticas, necesidades y pasos a seguir en materia de temas ambientales (deforestación, áreas protegidas, manejo forestal y trabajo comunitario) en el departamento. Se incluye material para socialización, difusión radial y audiovisual. Fecha: 05.2019, 05.2020</p> <p>→ <b>Debate estrategia de desarrollo amazónico.</b> Mensaje clave: difusión de foro sobre ordenamiento territorial, apoyado en el 3r módulo FORLAND. Se incluye información sobre expectativas y conclusiones del evento en materia del panorama del ordenamiento territorial para el departamento y el aprovechamiento de recursos naturales desde el desarrollo sostenible. Fecha: 01.2020</p> <p>→ <b>Cierre Resultado 04 - Comunicación y educación para el desarrollo territorial.</b> Mensaje clave: Resumen de logros del componente en materia de desarrollo sostenible y de paz con beneficiarios, organizaciones e instituciones.</p> <p>En este cuarto componente es importante incluir en la <u>generación de contenido de prensa</u> aquellos procesos de educación ambiental generados por la CDA que no forman parte de los hitos principales, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Proyectos Ambientales Escolares-PRAE</li> <li>→ Proyectos Ciudadanos de Educación Ambientales-PROCEDA</li> <li>→ Participación en Instancias de articulación interinstitucional</li> <li>→ Ordenamiento territorial</li> </ul> <p>Se retomarán algunos de estos procesos del cuarto componente en la estrategia de intervención en temas educativos que es un estudio aparte.</p>		
<p><b>A4. Generación de piezas de promoción para presencia de imagen institucional en el territorio.</b></p> <p>Impresión o creación de piezas (camisetas, esferos, gorras) a definir.</p>	Público objetivo	P5
	Responsables	<p>Agencia de comunicación del proyecto</p> <p>Asistente logística o administración</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5

	Objetivo específico	O3
<p><b>A5. Creación de videos institucionales.</b> Las acciones relacionadas con esta actividad incluyen: Levantamiento de información (a través de equipo permanente de Caminemos Territorios Sostenibles). - Preproducción - Producción - Posproducción y difusión (proyección o publicación en medios propios).</p> <p>Los tres videos deben estar pensados más allá de ser registros audiovisuales de etapas del proyecto. Se recomienda agrupar en temáticas historias de vida, transformaciones, eventos, logros, que no den cuenta de un solo componente. Se sugiere también buscar un tono documental que permita contar narrativamente el proyecto. Los formatos de crónica audiovisual y perfiles son ideales para estos relatos cortos. La comunicación con herramientas audiovisuales debe ser enfocada a historias de beneficiarios.</p>	Público objetivo	Todos, con enfoque en público internacional (P8)
	Responsables	<p>Agencia de comunicación del proyecto con el apoyo del equipo técnico y de terreno del proyecto</p> <p>Profesional fotografía y video contratado por medio de una convocatoria.</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O3
<p><b>A6. Montaje e integración de la página web de Caminemos Territorios Sostenibles</b> al sitio web oficial de ONFA (u otro sitio web de los socios, según se estime conveniente).</p> <p>Esta actividad incluye las acciones de publicación, actualización (en las secciones que así lo requieran) y administración general. (El diseño no se incluye en esta actividad)</p>	Público objetivo	Todos
	Responsables	<p>Agencia de comunicación del proyecto</p> <p>Con el apoyo del equipo técnico del proyecto</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O1, O3 y O4
<p><b>A7. Ejecución de publicación, administración, análisis y seguimiento de redes sociales.</b> Se trabajará a través de una cuenta propia al proyecto por las redes sociales siguientes: Facebook, Twitter. Las publicaciones también incluyen seguimiento a cuentas de redes sociales de socios estratégicos, aliadas y beneficiarias para garantizar la réplica de información.</p>	Público objetivo	Todos
	Responsables	Dirección del proyecto
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5



<p>Es vital en cada publicación incluir las siguientes etiquetas: #FondoEuropeoparalaPaz - #Europacreeencolombia #CaminemosTerritoriosSostenibles</p> <p>Anexo 05: Plan de redes sociales</p>	Objetivo específico	O3 y O4
<p><b>A8. Sistematización del proyecto.</b></p> <p>Sistematización de las actividades del proyecto a manera de una memoria, la cual generará un material escrito para soporte impreso, se generará un material escrito en soporte impreso, en donde se vean reflejados los alcances del proyecto así como el impacto que ha tenido, tanto en la comunidad como en el medio ambiente.</p> <p>Será entregado a organizaciones civiles, beneficiarias, aliadas e internacionales, para facilitar su consulta, de modo que dicha documentación refuerce conocimientos en su público.</p>	Público objetivo	Todos, con énfasis en organizaciones P1, P2, P3, P4, P7, P8.
	Responsables	<p>Agencia de comunicación del proyecto</p> <p>Con el apoyo del equipo técnico, de la dirección del proyecto</p> <p>Si necesaria (según el formato escogido), se contratará un proveedor especializado.</p>
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico	O1, O3
<p><b>A9. Evento de cierre de proyecto.</b></p> <p>Asamblea general en la que se expondrán los logros e impactos del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles. En lo posible, se propone un espacio en el que se pueda invitar a algunos medios de comunicación, beneficiarios y exponer fotos, videos e historias de los habitantes de la región sobre los cambios en sus territorios.</p> <p>Las acciones de comunicación de esta actividad incluyen las etapas de 1) preparación, expectativa e invitaciones, 2) el evento mismo y 3) la difusión posterior del evento.</p>	Público objetivo	P1, P2, P3, P4, P5, P7, P8.
	Responsables	Equipo permanente de Caminemos Territorios Sostenibles. Difusión, invitaciones y otros a cargo de agencia de comunicación.
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo	O3

	específico	
--	------------	--

**Tabla 2 Actividades de comunicación para procesos de educación ambiental y capacitaciones de otros componentes**  
(Fuente: Plan de comunicación)

<b>A10. Creación de piezas de comunicación para capacitaciones y otros eventos de cada componente en la zona de intervención</b> (insumos para invitaciones, convocatoria, plantilla para presentaciones y soportes requeridos en espacio, material pedagógico, folletos informativos).	Público objetivo	P1, P2, P3, P4
	Responsables	Agencia de comunicación del proyecto
	Componente	C1, C2, C3, C4, C5
	Objetivo específico relacionado	O1, O3
<b>A11. Desarrollo de concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo-ciudad.</b> Concursos anuales dirigidos a mostrar la capacidad de los jóvenes para valorizar los diferentes recursos locales y la construcción de una identidad territorial. El concurso estimulará en particular los proyectos formulados conjuntamente entre establecimientos escolares urbanos y rurales. Los medios o formatos de las propuestas podrán ser diversas: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación, entre otras.  Se hace en coordinación con las secretarías de educación y ocho (8) establecimientos escolares.  Las acciones vinculadas a esta actividad incluyen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de criterios para evaluación de proyectos</li> <li>- Invitación a establecimientos educativos, jóvenes, padres y madres de familia.</li> <li>- Difusión del concurso (etapa de convocatoria)</li> <li>- Socialización y guías para planteamiento del proyecto.</li> <li>- Curaduría y evaluación.</li> <li>- Evento de Premiación.</li> <li>- Difusión de evento</li> </ul>	Público objetivo	P1, P3
	Responsables	Equipo técnico  Con apoyo de agencia de comunicación del proyecto
	Componente	O4
	Objetivo específico	O2

Esta actividad se puede modificar según el diseño de la estrategia de trabajo en el tema de educación que se va a desarrollar posteriormente a este plan de comunicación.		
<b>A12. Generación de contenido educativo y de comunicación en procesos puntuales de educación ambiental (con énfasis en población joven).</b>	Público objetivo	P1
<p>Apoyo a las estrategias de educación ambiental desarrolladas por la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Norte y el Oriente Amazónico (CDA), con énfasis a las acciones de mitigación, prevención de deforestación, restauración, recuperación, rehabilitación de fuentes hídricas y áreas degradadas, se propone la generación de productos tangibles sobre los temas de desarrollo sostenible y paz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Generación de material pedagógico ambiental desde los jóvenes:</b> Se propone que los jóvenes generen el diseño y concepto de una maleta de juegos de educación ambiental a través del trabajo con la CDA y sus propios conocimientos, así como desde su interés por ciertos tipos de elementos lúdicos en la región. Las acciones de esta actividad incluyen el trabajo con una persona profesional en pedagogía. El diseño final, desarrollo y entrega de la maleta se llevaría a cabo por un proveedor externo. El producto final podrá ser utilizado en los procesos PRAE con la CDA.</li> </ul> <p>Esta parte será definida en más detalles en un documento de estrategia de actividades educativas que estará redactado posteriormente a este plan de comunicación.</p>	Responsables	<p>Equipo técnico del proyecto Caminemos Territorios Sostenibles, CDA,</p> <p>Si necesario, se contratará un proveedor externo para el diseño de las herramientas y contenidos.</p>
	Componente	C4
	Objetivo específico	O1, O2, O3

## 2.2. Actividades desarrolladas

Para desarrollar las actividades de comunicación, decidimos acudir a la competencia de una profesional periodista y comunicación social desde el mes de Julio 2019.

### A. Grandes eventos del proyecto

Se realizó el calendario completo de los grandes eventos del proyecto

**Tabla 3 Hitos del proyecto**

Hito /evento clave	Descripción ¿Cuál es el hito, qué se hará, por qué o para qué, cómo se hará, con quién?	Fecha	Personas a las que impactaran	Productos comunicativos que prevén usar
Una línea por hito				
Componente 1 Planeación predial				

Subida final plataforma FORLAND – aplicación 1 : monitoreo Deforestación	Validación de plataforma web mapping de FORLAND a los actores del territorio.	12.2019	IDEAM, Visión Amazonia, CDA	Boletín de prensa  Contactos con medios nacionales, regionales y locales
Subida final plataforma FORLAND – aplicación 3 : ordenamiento territorial	Evento de lanzamiento de la plataforma FORLAND como herramienta para la toma de decisiones.	12.2019	Gobernación, municipalidades	Noticia sobre el sitio web de ONF andina  Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Integrar imágenes de la utilización de FORLAND (o capacitación) al 3er video de presentación del proyecto.
Planeación predial de 400 fincas	Entrega de planificación predial y plan de acción a los beneficiarios.	200 fincas : 08.2019  200 fincas : 06.2020	Beneficiarios del proyecto (familias)	Noticia sobre el sitio web de ONF andina  Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Historias de éxitos de beneficiarios a filmar e integrar en el 2do video del proyecto
Componente 2: Seguridad alimentaria				
Educación Alimentaria Nutricional	Lanzamiento de las sesiones educativas sobre Prácticas claves en salud y nutrición.	05/2019	Beneficiarios del proyecto (familias)	Folleto, pendones, sellos o stickers con logos del proyecto.
Educación Alimentaria Nutricional	Evento de entrega del RECETARIO para recuperar saberes tradicionales.	200		Recetario construido con las familias.
Educación Alimentaria Nutricional		2021 300 ejemplares	Beneficiarios del proyecto (familias)	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Definición de convenio con	Firma del convenio con la Universidad del Bosque para lanzar el Estudio de causalidad de la anemia (Act 2.1)	06. 2019	Beneficiarios/as del proyecto	

Universidad del Bosque			Secretaría de Salud Departamental  Secretarías de Salud Municipales  Gobernación de Guaviare	Videos de historias de beneficiarios a incluir en el segundo video del proyecto
Entrega de insumos	Evento de entrega de los insumos a las JACs	Julio 2019	Familias y/o grupos de beneficiarios	Historias de beneficiarios en video  Publicaciones sobre redes sociales
Implementación de sistemas de producción para autoconsumo y producción de excedentes	Inicio del establecimiento de los sistemas productivos	septiembre 2019	Familias y/o grupos de beneficiarios	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Cosecha y producción de alimentos (autoconsumo y producción de excedentes)	Ruta de visitas a las fincas para ver el impacto en la cosecha de alimentos	Enero 2020	Familias y/o grupos de beneficiarios	Publicaciones sobre redes sociales  Video de historias de beneficiarios
Realización de mercado campesino	Eventos relacionados con los mercados campesinos.	enero 2020	Familias y/o grupos de beneficiarios	Pautas radiales, carteleras de promoción de los eventos, invitaciones  Video de historias de beneficiarios
Componente 3: Sistemas productivos				
Plan de manejo forestal de 5000 validado por la CDA	Después de la validación del plan de manejo forestal sostenible por la CDA, podremos arrancar con las actividades de la empresa comunitaria forestal.	07.2019	Empresa comunitaria de aprovechamiento sostenible de madera.  Visión Amazonia  CDA  Gobernación	Boletín de prensa  Medios nacionales regionales y locales  Historias de vida de los participantes a la empresa comunitaria a integrar en el 2do video del proyecto
Constitución de la cooperativa forestal	Creación legal + adopción de las reglas de funcionamiento y distribución + elementos clave del plan de negocio	11.2019	Empresa comunitaria de aprovechamiento	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)

			sostenible de madera  Visión Amazonia  CDA  Gobernación	Boletín de prensa por los medios locales y regionales   Evento de lanzamiento
Primer aprovechamiento de madera y/o no maderables según PMFS	Lanzamiento oficial de la aprobación del PMF.  Evento de implementación del PMFS, con extracción de productos y su comercialización	02.2020	Ídem	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)   Boletín de prensa por los medios locales y regionales
Anuncio inversión común con Visión Amazonia para transformación local de la madera	Creación y dotación de un centro regional de transformación de la madera	07.2020	Ídem	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)
Inversiones en proyectos comunitarios a través de los fondos concursables	Publicación de la convocatoria de AFT.	04.2019  tres Organizaciones  11.2019  tres Organizaciones  03.2020  tres Organizaciones  10.2020  tres Organizaciones	Organizaciones comunitarias	Boletín de prensa  Medios regionales y locales   Comunicación con las comunidades a través de talleres y eventos de socialización de los procesos de aplicación.
Concurso anual de los proyectos Individuales	Lanzamiento del concurso anual de los proyectos individuales que accedieron al AFT.	05.2019  100 familias  10.2019  100 familias  03.2020	Familias beneficiarias	Historias de las organizaciones comunitarias participantes al concurso (artículos sobre sitio web)   Boletín de prensa para medios nacionales, regionales y locales

		200 familias		
Entrega de la inversión en los fondos rotatorios	Evento de entrega de la inversión a los beneficiarios de los FR.	12.2019 12.2020	JAC; Organizaciones comunitarias	Historias de vida (artículos) de los beneficiarios del fondo rotatorio para publicar en nuestro sitio web.
Gira de intercambio Fondos rotatorios	Visita de miembros de las JAC al Huila con los operadores de los Fondos Rotatorios.	07.2019	JAC, Beneficiarios	Boletín de prensa por los medios locales y regionales  Filmar historias de beneficiarios para el segundo video del proyecto
Siembra de las áreas de restauración	Ruta de visitas de campo para visitar los predios que llevan a cabo actividades de restauración.	10.2019	JAC, CDA, Gobernación, VA, SINCHI	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa  Medios nacionales, regionales y locales
Componente 4: Educación y comunicación				
Concursos de proyectos estudiantiles de desarrollo campo ciudad	Lanzamiento de dos concursos dirigido a jóvenes enfocados en: turismo local, gastronomía, música, producción agropecuaria, comercio, nuevas tecnologías de la comunicación.	11.2019  11.2020	Instituciones educativas (comunidad educativa: padres de familia, estudiantes, docentes).	Boletín de prensa  Medios nacionales, regionales y locales  Convocatoria en página web y divulgación a través de medios comunitario (radios)  Infografía
Días de sensibilización de los alumnos sobre desarrollo sostenible y reconciliación	Días de sensibilización sobre el desarrollo sostenible con IE y en colaboración con el CDA.	A definir	CDA, Gobernación (secretaría de educación)	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa  Medios nacionales, regionales y locales

				Filmar las actividades por el 3er video del proyecto.
Entrega de becas herederos de tradición	<b>Lanzamiento para la entrega de las becas a los herederos de tradición, conjuntamente con Alquería.</b>	12.2019	Jóvenes beneficiarios	Publicaciones sobre redes sociales (Facebook y Twitter)  Boletín de prensa  Medios nacionales, regionales y locales
Debates o foros de discusión	Foros de discusión sobre temas ambientales: Deforestación, Áreas protegidas, Manejo Forestal-forestaría comunitaria.	05.2019	Instituciones Comunidad  Organizaciones	Invitaciones escritas  Talleres de socialización con las comunidades  Difusión radial (radios comunitarias : la máxima, juventud)  Filmar estos debates por el 3er video del proyecto.
Debate Estrategia de desarrollo amazónico.	Organización de 1 foro sobre ordenación territorial, apoyado en el 3r módulo FORLAND	T1 2020	Instituciones  Organizaciones comunitarias	Invitaciones escritas  Talleres de socialización con las comunidades  Difusión radial (radios comunitarias : la máxima, juventud)  Filmar estos debates por el 3er video del proyecto.



### Reunión de lanzamiento

El día 02 de octubre, se realizó la reunión de lanzamiento del proyecto en la Vereda Alto Jordán del Municipio de El Retorno, se contó con la participación de la administración departamental del Guaviare, la alcaldía de El Retorno y los presidentes de Junta de acción comunal de las 40 veredas que hacen parte del polígono de influencia del proyecto en los municipios de El Retorno y Calamar y los presidentes de ASOJUNTAS tanto Calamar como de El Retorno, organización comunal de segundo nivel. Así mismo, se contó con la presencia del embajador de Francia, la embajadora de la Unión Europea y demás socios del proyecto, a saber los equipos ONFA – ACH – Alquería y Fundación Éxito. También se contó con la asistencia de medios locales y nacionales.



Ilustración 1 Fotos del lanzamiento del proyecto 09.2018

### Primera Asamblea General de Caminemos Territorios Sostenibles

- Se presentaron resultados del primer año del proyecto en los municipios de El Retorno, Calamar y San José del Guaviare
- Desde el inicio del proyecto en junio de 2018, se han invertido \$ 818 millones de pesos para financiar las iniciativas productivas.

**San José del Guaviare, Guaviare. 17 de julio de 2019.** A ritmo de música carranguera y con una demostración del baile del joropo, se celebró la primera Asamblea General de **Caminemos**

**Territorios Sostenibles** en el municipio de El Retorno, Guaviare, donde se dieron cita más de 100 campesinos y campesinas de la región que hacen parte de este proyecto financiado por el Fondo Europeo para la paz, apoyado por Francia y operado por ONF International, ONF Andina, la Fundación Acción Contra el Hambre, la Fundación Éxito, la Gobernación del Guaviare y Alquería.

**Caminemos Territorios Sostenibles** busca contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y al respeto del ambiente, en particular del bosque, en el departamento del Guaviare en el marco de la implementación del Acuerdo de paz.

Como celebración del primer aniversario del proyecto se realizó la Asamblea General que contó con la participación de los Alcaldes del municipio de El Retorno, Oscar Ospina, y de Calamar, Pedro Pablo Novoa, la supervisora del proyecto por parte de la Unión Europea, Lucía Castillo y representantes de los socios del proyecto: la directora ejecutiva de ONF Andina, Caroline Merle, el director País de la Fundación Acción contra el Hambre, John Orlando, el delegado de la Fundación Éxito, Juan Carlos Burgos, el Coordinador del Programa Herederos de Tradición de Alquería, Mauricio Ariza y el Representante de la Gobernación del Guaviare Germán Aguirre.

*“Un día memorable de celebración, de fraternización entre todos los socios y los participantes del proyecto. Nosotros acompañamos al gobierno nacional y territorial para implementar los acuerdos de paz, no solamente en la reforma rural sino en la reincorporación”* afirmó la supervisora del proyecto por parte de la Unión Europea, Lucía Castillo.

Durante el evento se presentaron avances en los componentes del proyecto que actualmente interviene en 42 veredas de los municipios de El Retorno, Calamar y San José del Guaviare.

*“Nos parece importante contarles qué hemos hecho juntos, cómo hemos avanzado y qué pensamos ejecutar en el resto del año y sobre todo recibir sus aportes”* destacó la directora ejecutiva de la ONF Andina, Caroline Merle.



**Ilustración 2 Fotos de la Asamblea general del proyecto**

- Se realizaron entrevistas en video a participantes del proyecto que se publicaron en las redes sociales



**Ilustración 4 Pantallazos de las entrevistas realizadas durante la Asamblea General del proyecto**

## B. Talleres de socialización

Con el objetivo de dar a conocer mayores detalles sobre el proyecto se llevaron a cabo talleres de socialización con las Juntas de Acción Comunal y con las familias beneficiarias del proyecto, en cada jornada se adelantó la presentación del proyecto DRI-“Caminemos Territorios Sostenibles”, en donde se indicó la zona de jurisdicción del proyecto, socios del mismo, además de los componentes que se desarrollarían en los 30 meses del proyecto y las posibilidades de participación de acuerdo a los criterios establecidos por el proyecto para el ingreso de las familias al mismo y las formas de acceso al recurso económico en cada una de las modalidades.

**Tabla 4 Talleres desarrollados en el marco de las actividades del proyecto 12/2018**

Fecha	Actividad	Lugar
25 de Octubre de 2018	Taller de Socialización y priorización de beneficiarios directiva de JAC de las veredas Patio Bonito, Cristalina, El Triunfo, La Esmeralda, Brisas de Itilla, La Primavera, Caño Caribe, Tigrera.	Casco urbano Calamar
27 de Octubre de 2018	Taller de Socialización y priorización de beneficiarios con JAC y comunidad de las veredas Cerritos, Jordan Alto y Jordan Bajo.	Caseta Vereda Cerritos
01 de Noviembre Jornada am	Taller de Socialización, priorización de beneficiarios priorizados de las comunidades de las veredas Puerto Cubarro, Puerto Polaco-MFS.	Caseta Comunal Vereda El Triunfo



01 de Noviembre Jornada pm	Taller de Socialización proyecto DRI priorización de beneficiarios priorizados de las comunidades de las veredas Cristalina y Patio Bonito.	Caseta Comunal Vereda El Triunfo
	Taller de Socialización proyecto DRI, priorización de beneficiarios priorizados de las comunidades de la vereda La Esmeralda.	Sede IE vereda La Esmeralda
02 de Noviembre Jornada am	Talleres de Socialización proyecto DRI priorización de beneficiarios priorizados de las comunidades de las veredas Primavera, El Triunfo y Caño Caribe.	Caseta Comunal Vereda El Triunfo  Sedes IE Caño Caribe y La Primavera.
02 de Noviembre Jornada Pm	Talleres de Socialización proyecto DRI, priorización de beneficiarios priorizados de las comunidades de las veredas Ceiba, La Tigrera y Brisas de Itilla.	Sedes Intituciones Educativas.
14 de Noviembre	Taller de socialización y priorización de beneficiarios del proyecto con las directivas de las JAC de las veredas, Caño Bonito, Buena Vista, La Marina, La Esperanza, La Esmeralda, La Floresta, La Voragine, Santa Barbara.	Casco urbano EL Retorno.



En el marco de varias actividades puntuales de socialización o de concertación de las actividades del proyecto se realizaron registros videos y fotográficos:

- El día 31 de julio se realizó el acompañamiento a la jornada de concertación en la Vereda La Esperanza del municipio El Retorno, Guaviare. Se realizó el registro fotográfico de la actividad, se entrevistaron a los participantes sobre su historia de vida y experiencia en el proyecto.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video al Comité Técnico y de Evaluación de los Fondos Concursables Comunitarios e Individuales.
- Se realizó el diseño y gestión de impresión de 12 afiches de invitación para la etapa de socialización que se iniciará en 12 veredas.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video de la Formalización de la Cooperativa Cooagroitilla, proyecto piloto de Manejo Forestal Sostenible.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video a la jornada de socialización en las veredas Patio Bonito, Caño Triunfo y Primavera.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video a los aspirantes a los Fondos Concursables Comunitarios durante la sustentación de sus proyectos. Se realizaron entrevistas en video.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video a la entrega de materiales en Calamar el día 20 de agosto de 2019. Se realizaron entrevistas a los beneficiarios.
- Se realizó el acompañamiento con el registro fotográfico y en video al taller de nutrición realizado en la vereda Brisas del Palmar el día 30 de agosto de 2019.

### **C. Carrera contra la deforestación**

Se participó en la carrera contra la deforestación como responsables de la Estación # 1 –Cantera Lajitas (1-5), en donde se desarrollaron actividades en torno a los componentes del proyecto y de destreza física de los equipos participantes, a continuación se presenta las actividades



**Ilustración 6 Fotos de la carrera contra la deforestación**

Así mismo, se contó con la participación de un equipo en representación del proyecto conformado por personal de ONF y ACH, quienes realizaron el recorrido en bicicleta previsto para la jornada. Además, se apoyó el evento con la entrega del premio correspondiente al primer puesto, otorgado al mejor equipo, el cual estuvo integrado por funcionarios del hospital de San José del Guaviare.

#### **D. Giras técnicas**

Una gira técnica fue organizada por el equipo técnico con varios beneficiarios del proyecto en el Huila sobre temas de producción de caña panelera y del manejo de fondos rotatorios.

Se realizó una nota de vídeo con los testimonios de los participantes de la Gira Técnica en el Huila realizada del 23 al 27 de julio.



**Ilustración 7 Pantallazo del video de la gira técnica al Huila**

#### **E. Participación en instancias**

##### ***Comité interinstitucional de educación ambiental- CIDEA - Guaviare.***

Concebido como uno de los comités técnicos permanentes del Consejo Departamental de Política Ambiental CODPA (Decreto 048-2018), el Comité CIDEA, es una instancia de carácter técnico asesora que tiene como objeto orientar y fortalecer los procesos educativo-ambientales formales y no formales en el departamento. De acuerdo a lo anterior se ha adelantado la participación en el comité, con la socialización del mismo, y presentación de acciones a adelantar en Educación, con el fin de lograr la articulación con las demás entidades encargadas del tema. Actualmente, el proyecto se ha integrado a éste comité como invitado permanente mediante acta 04 de 2018, con la aceptación de las acciones a integrar en el Plan Departamental de Educación Ambiental, el cual será presentado ante la asamblea para marzo de 2019 para la aprobación, y en el respectivo Plan de Acción 2019.



Ilustración 8 Fotos del comité interinstitucional de educación ambiental

### **Comité técnico ambiental de ordenamiento territorial**

Comité técnico permanente del Consejo Departamental de Política Ambiental CODPA (Decreto 048-2018), el Comité CTAOT, asesor que tiene como función evaluar, revisar y sugerir a los tomadores de decisiones y gestores del Ordenamiento del Territorio departamental, la adopción de políticas, desarrollos legislativos, criterios, acciones y proyectos para mejor organización del territorio.

## **2.3. Relación de prensa**

Se consolidó una base de contactos de los periodistas del Guaviare

Tabla 5 Lista de contactos de prensa en el Guaviare

Medio	Nombre	Celular	Mail
Infonet	CARLOS JULIO HERNÁNDEZ	318 5287493	<a href="mailto:periodismocarlosjulio@hotmail.com">periodismocarlosjulio@hotmail.com</a>
Marandua Stereo 100.7 fm Director	GABRIEL ALVARADO LEMUS	310292 2992	<a href="mailto:maranduanoticias@gmail.com">maranduanoticias@gmail.com</a>
Periodista Marandúa Stéreo 100.7	HARLEY RAMIREZ SANCHEZ	312 358 7332	<a href="mailto:joseharleyramirezsanchez@gmail.com">joseharleyramirezsanchez@gmail.com</a>
Periodista Marandúa Stéreo 100.7	OMAR HUMBERTO ORTÍZ	313 8181375	<a href="mailto:omarguaviare@gmail.com">omarguaviare@gmail.com</a>
Periodista Marandúa Stéreo 100.7	JUAN CARLOS CRESPO	318 3888341	<a href="mailto:crespomedios@gmail.com">crespomedios@gmail.com</a>
Directora Caracol Radio Guaviare 102.3	ERIKA ALEJANDRA LONDOÑO	313 280 1067	<a href="mailto:caracolradioguaviare@gmail.com">caracolradioguaviare@gmail.com</a>

Periodista Caracol Radio Guaviare	GUSTAVO CHICANGANA	313 499 5697	<a href="mailto:guschica63@yahoo.es">guschica63@yahoo.es</a>
Directora Emisora Comunitaria Juventud 104.7	MARY LUZ MARTINEZ	3202325730	<a href="mailto:juventudestereo@hotmail.com">juventudestereo@hotmail.com</a>
Director Emisora Comunitaria El Retorno 89.7	JAVIER VALENCIA LOZANO	3188809183	<a href="mailto:retorno89.7fm@gmail.com">retorno89.7fm@gmail.com</a>
Noti-Concordia	BERNARDO NIEVA	313 811 7909	<a href="mailto:bernardonieva1@hotmail.com">bernardonieva1@hotmail.com</a>
Jefe de Prensa Alcaldía SJG	SUJEY RIVERA AMADO	313 3969646	<a href="mailto:riverasugey@gmail.com">riverasugey@gmail.com</a>
Director periódico El Guaviarense	LUIS FELIPE MANTILLA	311 841 2472	<a href="mailto:elguaviarenseperiodico@gmail.com">elguaviarenseperiodico@gmail.com</a>
Director periódico El Papel de mi Ciudad	JORGE ANAYA PALACIO	3123581902	<a href="mailto:pergaminodeoro@yahoo.es">pergaminodeoro@yahoo.es</a>
Notiguaviare TV	HECTOR JULIAN GARCIA	313 3460 699	<a href="mailto:hectorjuliangarcia@hotmail.com">hectorjuliangarcia@hotmail.com</a>
Llano Selva TV	JUAN CARLOS OCAMPO	311 450 2869	<a href="mailto:icgerenciaprg@gmail.com">icgerenciaprg@gmail.com</a>
Cable Mío Calamar	JUAN CARLOS GRISALES	315 3957583	<a href="mailto:telecalamar@gmail.com">telecalamar@gmail.com</a>
Director Emisora Vida Mil A.M	ANGEL BERMUDEZ	3204023744	<a href="mailto:vida.guaviare@manatial.co">vida.guaviare@manatial.co</a>
W Agencia de Comunicaciones	WARNER VALENCIA SÁNCHEZ	3103340830	<a href="mailto:wynagencia@gmail.com">wynagencia@gmail.com</a>



Director Magazin Juventud Stereo	CARLOS ESPINEL	3167641468	<a href="mailto:espinelalvarez@hotmail.com">espinelalvarez@hotmail.com</a>
Emisora Ejército Nacional	Katherine Parra	3144745109	

En el marco de las actividades y relacionamiento con la prensa, después del taller organizado por el Fondo Europeo para la Paz en Pasto en el cual tuvimos la oportunidad de encontrar las radios comunitarias, decidimos trabajar con ellos para divulgación de nuestras noticias de proyecto.

Hemos visitado dos medios de comunicación (Emisora local Marandua Stereo y emisora comunitaria Juventud Stereo) con los voceros del proyecto para socializar los resultados y actividades recientes como la Asamblea General y la Gira Técnica al Huila. Se decidió tener contratos con 3 emisoras locales para divulgación regular de nuestros avances. Se han realizado 2 emisiones de radio, por medio de Juventud estereo: 1. Socialización del proyecto y avances del mismo. 2. Socialización de avances del Plan de Manejo Forestal, Socialización de las convocatorias de Fondos Concursables Juveniles y Fondo Rotatorios. Adicionalmente, se realizó la gestión para tener un espacio en el programa Fe en La Causa de la emisora del Ejército Nacional. La participación se realizó el día 13 de agosto de 2019, el vocero fue el Coordinador productivo del proyecto, Andrés Vidal, quien durante 30 minutos expuso los principales logros de Caminemos Territorios sostenibles en el Guaviare.



**Ilustración 9 Fotos de nuestra intervención en la emisora local sobre el plan de manejo forestal**

Adicionalmente, se publicaron 3 comunicados de prensa sobre los temas siguientes: Asamblea General, proyectos aprobados en el marco de nuestros Fondos Concursables Comunitarios, publicación del Plan de manejo forestal sostenible. Se publicó también una nota de prensa y una nota de video de la Gira Técnica al Huila.

Al internacional, se publicó un artículo doble página en el informe de actividades de la ONF (servicios franceses forestales).

2018, L'ONF EN ACTION  
LE GROUPE ONF

ONF INTERNATIONAL

## Un projet pour la paix et le développement durable en Amazonie colombienne

Depuis juin 2018 et pour une durée de trois ans, ONF International et sa succursale ONF-Andina mettent en œuvre un projet durable et solidaire dans le Guaviare, l'une des régions clés de la reconstruction de la Colombie, autrefois minée par la guerre civile.

Le projet pour la paix et le développement durable en Amazonie colombienne s'inscrit dans une région, le Guaviare, où convergent plusieurs facteurs limitant le développement : impacts du conflit armé (déstructuration sociale, mines antipersonnel), absence de l'Etat et fragilité environnementale (le département est essentiellement couvert par une réserve forestière et des aires protégées). Désignée comme l'une des régions clés de l'accord de paix historique signé en novembre 2016 par le président colombien, Juan Manuel Santos, et la guérilla des FARC, le Guaviare accueille deux espaces territoriaux de formation et de réincorporation pour les combattants démobilisés. La présence de cultures illicites reste importante dans le département.

### Des partenariats clés

Pour promouvoir le développement rural de cette région du sud-est colombien et améliorer les conditions de vie des populations locales, ONF-Andina s'est entouré de différents partenaires clés, comme la Fondation Exito (groupe Casin, fondation spécialiste dans la lutte contre la dénutrition infantile), Action contre la Faim (ONG internationale), Alqueria (entreprise de produits laitiers) ou encore le Gouvernement régional du Guaviare. Les quatre composantes du projet – financé à hauteur de 5,2 millions d'euros par le Fonds Européen pour la Paix en Colombie – s'articulent autour de l'appui à l'aménagement du territoire, de la diversification des systèmes productifs durables et compatibles avec la vocation forestière des terres, de la nutrition et de la sécurité alimentaire.



180 - RAPPORT ANNUEL 2018

Ilustración 10 Artículo en el reporte de actividad de la ONF en Francia

También la ONF público en su sitio internet un artículo sobre nuestro proyecto.



Ilustración 11 Artículo internet sobre nuestro proyecto en el sitio web de la ONF

## Comunicación internet

El día 7 de agosto de 2019, una vez aprobado por el Coordinador del Proyecto, Luis Alejandro Páez, se crearon los perfiles de Caminemos Territorios Sostenibles en Facebook y Twitter.

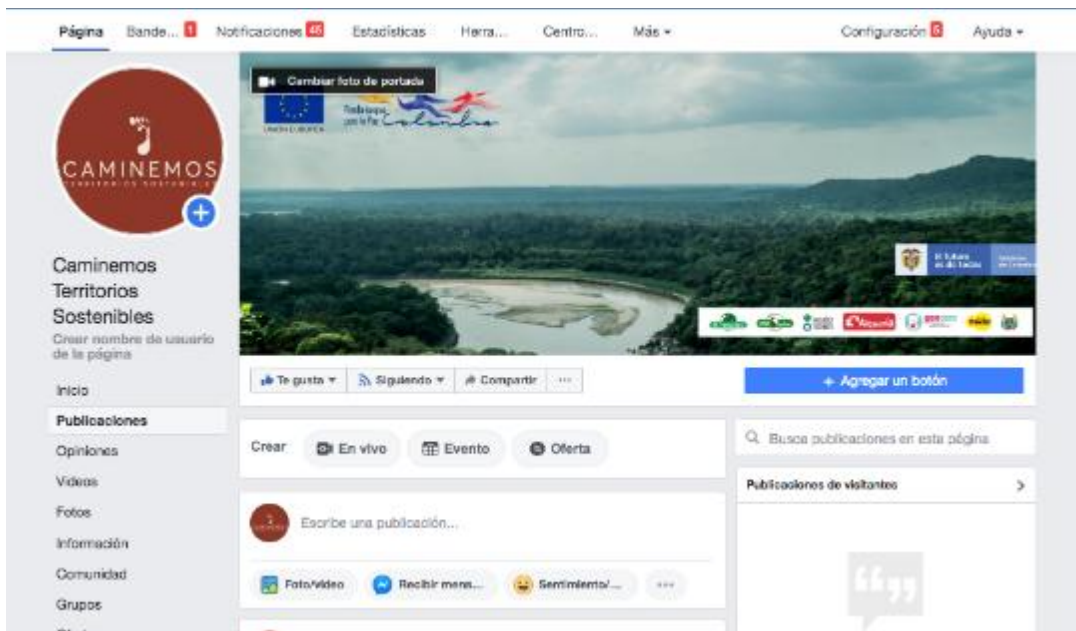


Ilustración 12 Pantallazo del perfil facebook de proyecto

Se produjeron contenidos y noticias para la página de Facebook del proyecto y algunas se compartieron con la página web de la ONFA.



Ilustración 13 Ejemplos de publicación en las redes sociales

Creemos una página web dedicada exclusivamente al proyecto en el sitio web de ONF Andina.



Ilustración 14 Pantallazo de la página web de proyecto



## 2.4. Soportes realizados

Con el aporte de cada uno de los coordinadores de los componentes se elaboró el listado de soportes de comunicación necesarios para el proyecto. Se realizó el apoyo en el diseño y gestión de la impresión de piezas gráficas (rompetráfico, pendones y banners mercado campesino, cheques) necesarias para la Asamblea, así como la divulgación con medios locales de la comunicación durante y posterior al evento. Se realizó un taller de comunicación a los funcionarios del proyecto sobre la recolección de insumos (fotos y videos) durante sus actividades en campo. Con el apoyo del coordinador del componente, Andrés Vidal, se planificaron los insumos de comunicación necesarios para la divulgación de la gira en medios audiovisuales, con estos insumos se produjo una nota en video y una nota de prensa para las redes sociales.

### Folleto

En articulación con la agencia Vega y Jaramillo, encargada de las acciones de comunicación para la Unión Europea se genera folleto sobre generalidades del proyecto para utilizar en divulgación del mismo.

Para esta actividad se realizó 400 impresiones, las cuales son entregadas a la comunidad de la zona del proyecto, además de entes municipales y departamentales.

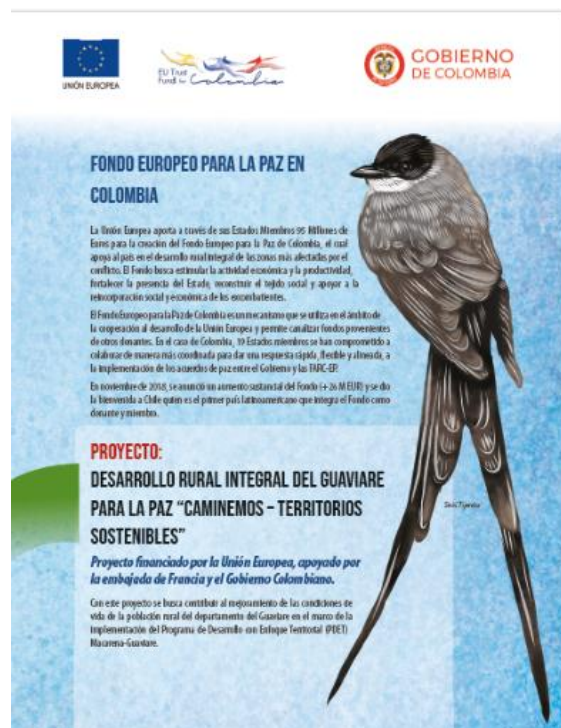


Ilustración 15 Folleto del proyecto

## Camisetas – chalecos – gorras

 	<p><b>Camisetas importada Marca Guildan – Color Marrón</b></p> <p>Algodón tejido piqué pre-encogido; Ribete en el contorno de cuello; Plaqueta definida con ruedo reforzado; 3 botones del color definido. Doble puntada en mangas y ruedo. Bordado: 5 logos en (pecho, 2 mangas y espalda)</p> <p>Logos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea, Gobierno de Colombia (manga lado derecho)</li> <li>• Caminemos Territorios Sostenibles (pecho y espalda)</li> <li>• Logo del co-solicitante (manga izquierda)</li> </ul> <p>Para hombre y mujer, Tallas XL, L, M, y S. Cantidad: 90</p> <p>Aptas para reuniones, talleres, y seminarios.</p>
--	--

	<p><b>Camiseta Manga Larga Adulto,</b></p> <p><b>Marca Guildan</b></p> <p><b>Color gris</b></p> <p>Ajuste Estilo clásico Tela 180 g/m<sup>2</sup></p> <p>100% algodón</p> <p>Bordado: 5 logos en (pecho, 2 mangas y espalda)</p>
--	--

	<p>Logos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Unión Europea, Gobierno de Colombia (manga lado derecho)</li><li>• Caminemos Territorios Sostenibles (pecho y espalda)</li><li>• Logo del co-solicitante (manga izquierda)</li></ul> <p>Cantidad: 90</p> <p>Esta camiseta es apta para los trabajos de campo, para protección del sol y los insectos.</p>
--	---

  	<p><b>Chaleco Ref: tipo periodista</b></p> <p><b>Color gris</b></p> <p>Tela: Drill</p> <p>Forro : Malla</p> <p>Cierre cremallera</p> <p>Bolsillos : cuatro externos, dos con cremallera, dos funcionales</p> <p>Bordado: 2 logos al frente (pecho) y 1logo espalda</p> <p>Cantidad: 35</p> <p>Apto para trabajos en campo</p> <p><b>Cachuchas en Drill</b></p> <p><b>color gris</b></p> <p>Ojetes bordados. Refuerzo frontal y cierre en velcro.</p> <p>Bordado: 2 logos</p> <p>Logos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea (lado derecho)</li> <li>• Caminemos Territorios Sostenibles (frontal)</li> </ul> <p>Cantidad: 100</p>
--	---



	<p><b>Cachuchas en Drill</b></p> <p><b>color gris</b></p> <p>Ojetes bordados. Refuerzo frontal y cierre en velcro.</p> <p>Bordado: 2 logos</p> <p>Cantidad: 200</p> <p>Logos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea (frontal)</li> <li>• Caminemos Territorios Sostenibles (lado derecho)</li> <li>• Amazonía Joven (lado izquierdo)</li> </ul> <p>Apta para talleres comunitarios que visibiliza los proyectos de la Unión Europea en el departamento.</p>
--	--

Camisas:

Se realizó 33 camisas para el personal del proyecto.



Se diseñó y se gestionó la estampación de las camisetas y gorras para los estudiantes de las Instituciones Educativas de El Retorno y Calamar que participaron en el Encuentro de Saberes Ambientales, organizado por la CDA la semana del 23 al 26 de julio.

**Ilustración 16** Diseño y fotos de la camisa blanca del proyecto



- Se diseñó y se gestionó la estampación de las camisetas y gorras para los estudiantes de las Instituciones Educativas de El Retorno y Calamar que participaron en el Encuentro de Saberes Ambientales, organizado por la CDA la semana del 23 al 26 de julio.



**Ilustración 17** Gorras para las instituciones educativas - encuentro de saberes ambientales CDA

- Se diseñó y se gestionó la impresión de los pendones de identificación de las instituciones para la participación en el Encuentro de Saberes Ambientales, organizado por la CDA la semana del 23 al 26 de julio.



Ilustración 18 Pendones por las instituciones educativas – encuentro de saberes ambientales CDA

### **Cuaderno, calendario, estickers**

*Se realizó dos cuadernos:*



**Ilustración 19 Cuadernos del proyecto**

*Un calendario 2019*



**Ilustración 20 Calendario de proyecto**

*Los estickers de las motos y vehículos, bienes del proyecto (tipo computador)*



**Ilustración 21 Ejemplo de esticker del proyecto**

*El letrero de entrada de la oficina de proyecto de San José del Guaviare*



Ilustración 22 Letrero de entrada de oficina

### Soportes de capacitaciones y socializaciones de proyecto

- Se gestionó el diseño e impresión de pendones con el mapa de los municipios y veredas donde hace presencia actualmente el proyecto como herramienta para las jornadas de socialización.
- Se gestionó el diseño e impresión de un pendón de 200x170 cm con la línea del tiempo de la ocupación del territorio del Guaviare como herramienta de apoyo para un módulo de las capacitaciones.



Ilustración 23 Línea de tiempo, de ocupación y de uso del territorio del Guaviare (herramienta de taller de capacitación)



- 
- ASOPROAGU**
- 
- JAC LA REFORMA**
- 
- JAC EL TABLAZO**
- 
- JAC BRISAS DEL ITILLA**
- 
- JAC LA MARINA**

- Se gestionó el diseño de la Ruta metodológica del proyecto para imprimir en un pendón como apoyo a la divulgación del componente 1 y 3.



**Ilustración 25 Ruta metodológica de intervención familiar (herramienta de socialización de proyecto)**

- Se gestionó el diseño e impresión del folleto de la Ruta Turística Agroecológica y Vivencial ETCR Jaime Pardo Leal.



Ilustración 26 Folleto de presentación de la ruta agroecológica turística del ETCR de Colinas (Apoyo a la comercialización de proyectos productivos)

### Video de presentación del proyecto

Se contrató Citurna Producción para realizar el primer video de presentación de proyecto. Video de presentación realizada, publicada en redes y divulgada a nuestros beneficiarios:



<https://www.youtube.com/watch?v=0dlnSFdvTWQ&t=2s>

Oficina Bogotá - Calle 70a #13-09

(57 1) 7041531

Oficina San Jose del Guaviare - Guaviare

Transversal 20C # 11-15/25 Piso 4. Barrio Dorado

313 555 55 22

asistenteguaviare@onfandina.com