Villavicencio, 02 de julio de 2025

Doctor:
TULIO MONTENEGRO SILVA
Supervisor
Secretaría de Ambiente
GOBERNACIÓN DEL META

ASUNTO: INFORME N°4 DE ACTIVIDADES EJECUTADAS EN EL **PERIODO 21 DE MAYO AL 20 DE JUNIO DE 2025**

INFORME DE ACTIVIDADES

CONTRATO No.:	**0579 de 2025**
CLASE DE CONTRATO:	**PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES**
CONTRATISTA:	**CESAR ENRIQUE VILLAR ROJAS**
OBJETO:	**FORTALECER LA EDUCACIÓN AMBIENTAL A TRAVES DE 30 CAMPAÑAS PERMANENTES, MEDIANTE LA DIFUSIÓN SOCIAL EN MACRO Y MICRO MEDIOS, EN EL DEPARTAMENTO DEL META.**
CONDICIONES INICIALES	
VALOR DEL CONTRATO:	**CATORCE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS, MCTE ($14.500.000)**
PLAZO DE EJECUCIÓN:	**CINCO (5) MESES**
FECHA DE INICIO:	**21 DE FEBRERO DE 2025**

A continuación, se dan a conocer las actividades realizadas durante el PERIODO No. 4 Del 21 de mayo al 20 de junio de 2025, para su respectiva certificación y cobro.

Durante el periodo antes mencionado se realizaron las siguientes actividades:

OBLIGACION ESPECIFICA No. 1

No. 1	**Elaboración y entrega de un plan de acción y cronograma sobre las diferentes actividades a desarrollar dentro del objeto del contrato, previa aprobación del supervisor.**

Por medio del siguiente cuadro, registré cronograma a ejecutar en el periodo de 21 de mayo al 20 de junio del presente año, indicando las distintas actividades realizadas dentro del objeto del contrato.

Anexo:

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
24/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre el Día Mundial del Medio Ambiente
24/05/2025	Se realizó producción audiovisual y registro fotográfico, sobre la preparación de las capsulas de vida.
24/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre que es SIDAP.
24/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Meta le apuesta al futuro verde: inversión ambiental del superávit supera $4.600 millones, y publicación en la página web.
26/05/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
27/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Gobernación del Meta lanza actividad ambiental "Crea y Lanza tus Cápsulas de Vida", en el Día Mundial del Medio Ambiente, y publicación en página web.
28/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la socialización de PSA en el municipio de San Juan de Arama.
29/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de sensibilización ecológica en el municipio de granada.
30/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la caracterización de beneficiarios de PSA en el municipio de Cubarral
30/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Gobernación del Meta y Unillanos sellan alianza histórica por el futuro ambiental del departamento, y publicación en página web.
31/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de educación ambiental en el municipio de San Juan de Arama.
31/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre Wilson Lombana, beneficiario PSA acacias
02/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre socialización en las calles de que es cápsulas de vida.
03/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
05/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de lanzamiento de las Cápsulas de Vida.
05/05/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la jornada cápsulas de vida.
06/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la jornada de Gobierno Presente en el municipio de Granada.
10/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
11/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la socialización de educación ambiental, en el foro ambiental de la IE José Eustasio Rivera de Cubarral.
11/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre el acompañamiento de la siembra de plántulas junto a la alcaldía del Dorado, del proyecto de cambio climático.
13/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre jornada de educación ambiental del PROCEDA en el municipio de El Dorado.
17/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
18/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la reunión de SIRAP Orinoquía del comité directivo.
18/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la reunión del comité directivo del SIRAP.
19/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la reunión del comité técnico del SIDAP.
19/06/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Meta, ratificado como presidente del Sistema Regional de Áreas Protegidas de la Orinoquia, y publicación en página web.
20/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de negocios verdes junto al INVIMA.

No. 2	**Apoyar la realización de 30 campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades que desarrolle la secretaria de Ambiente.**

En mi función de contratista, apoyé en la realización de campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades desarrolladas por la Secretaría de Ambiente en el periodo de 21 de mayo al 20 de junio del presente año.

Anexo:

Nombre de la Campaña: Campaña "Crea y Lanza tus Cápsulas de Vida"

Objetivo:
Promover la restauración ecológica y la sensibilización ambiental mediante la elaboración y siembra de cápsulas de vida con el método Nendo Dango, una técnica ecológica que favorece la germinación de especies nativas (Ocobo y Flor Amarillo) en zonas afectadas por degradación ambiental.

Público objetivo:
Primario: Estudiantes, jóvenes ambientalistas y grupos comunitarios del departamento del Meta, secundario la Ciudadanía interesada en restauración ecológica, profesionales del sector ambiental, educadores y terciario público digital sensibilizado con piezas gráficas y audiovisuales.

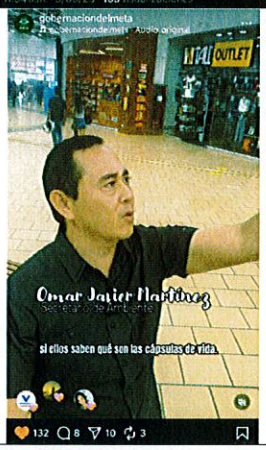
Análisis del público en redes sociales:
La campaña fue difundida activamente a través de las plataformas oficiales de la Gobernación del Meta (Instagram, Facebook y Twitter/X), utilizando recursos visuales y educativos que explicaban el proceso del Nendo Dango y su impacto ecológico.

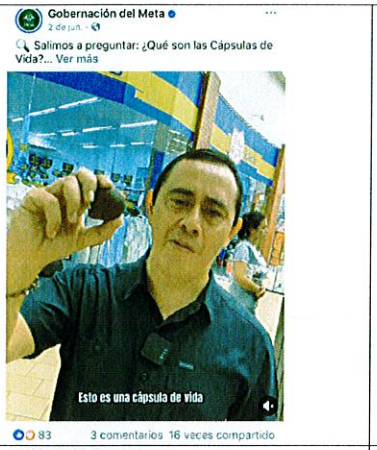
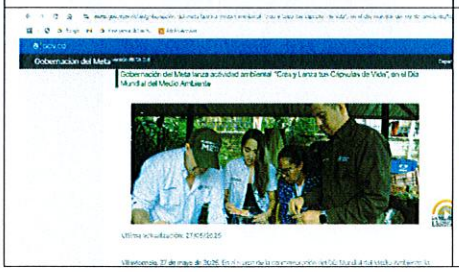
- Instagram y Facebook: Las publicaciones dinámicas, con imágenes de las cápsulas, semillas y especies nativas, generaron alto nivel de interacción, especialmente en jóvenes entre 18 y 35 años. Se destacaron comentarios positivos y expresiones de interés en participar en la jornada.
- Twitter (X): Se compartieron mensajes clave acompañados de visuales, reforzando la conexión entre restauración ecológica y acción ciudadana. La mención del Día Mundial del Medio Ambiente amplió el alcance a nivel regional.
- Boletín de prensa: Se compartió información detallada sobre la actividad, su técnica ecológica y especies utilizadas, lo que permitió fortalecer el conocimiento técnico y promover su réplica en otros escenarios educativos y comunitarios.

Conclusión:
La campaña "Crea y Lanza tus Cápsulas de Vida" logró posicionar una acción ambiental participativa como símbolo de compromiso con la restauración ecológica en el Meta. El uso de una técnica innovadora como el **Nendo Dango** facilitó el interés público y educativo, y su difusión en redes sociales potenció la participación y el alcance. Se recomienda continuar replicando esta metodología en otras fechas ambientales para fortalecer la cultura ambiental y el vínculo entre ciudadanía y territorio.

Contenidos:

	**Twitter (X)** **https://x.com/gobmeta/status/1926353198526193871?s=46**

	Instagram https://www.instagram.com/reel/DKCzQPMO1ZB/?igsh=MWplYzl6b3VnYzZ4cQ==
	Instagram https://www.instagram.com/reel/DKijUyTOepD/?igsh=N2h2bmFiMzBxYjNq
	Twitter (X) https://x.com/gobmeta/status/1930669488157958589?s=46
	Instagram https://www.instagram.com/reel/DKZn-2JuO7g/?igsh=NTVtdXphd3lnZ3do
	Facebook https://www.facebook.com/share/v/16EM7XAZm4/?mibextid=wwXIfr

	Facebook https://www.facebook.com/share/r/1CGsJRfycr/?mibextid=wwXlfr
	Facebook https://www.facebook.com/share/p/1A48EbJACM/?mibextid=wwXlfr
	Facebook https://www.facebook.com/share/v/12LmzgXnBwe/?mibextid=wwXlfr
	Boletín y Pagina web https://meta.gov.co/noticias/gobernaci%C3%B3n-del-meta-lanza-actividad-ambiental-%E2%80%9Ccrea-y-lanza-tus-c%C3%A1psulas-de-vida%E2%80%9D,-en-el-d%C3%ADa-mundial-del-medio-ambiente/3664

Nombre de campaña: "¿Qué es el SIDAP?" – Biodiversidad y Gestión Territorial

Objetivo:
Dar a conocer el funcionamiento y propósito del Sistema Departamental de Áreas Protegidas (SIDAP Meta), promoviendo la conservación de la biodiversidad y fortaleciendo la gestión ambiental en el territorio a través de la articulación entre instituciones, comunidades, academia y sector privado.

Público objetivo:
El primario ciudadanía general, estudiantes, líderes comunitarios y habitantes de zonas rurales cercanas a áreas protegidas, secundario funcionarios públicos, actores ambientales locales, ONG, investigadores, el

sector educativo y el terciario usuarios digitales interesados en sostenibilidad, conservación y políticas ambientales.

Análisis del público en redes sociales:
La campaña se difundió activamente a través de las plataformas oficiales de la Gobernación del Meta (Twitter (x) y Facebook), priorizando mensajes educativos y visuales:

- Twitter (x) y Facebook: Las publicaciones con lenguaje claro y piezas gráficas que explican qué es el SIDAP lograron alta visibilidad y comprensión. El contenido generó interacción especialmente en jóvenes, estudiantes universitarios y personas vinculadas al sector ambiental.

Conclusión:
La campaña "¿Qué es el SIDAP?" cumplió su propósito de educar e informar sobre un sistema clave para la gestión ambiental del departamento. La estrategia de comunicación clara y visual permitió ampliar el conocimiento público sobre el SIDAP y motivar una mayor apropiación social del territorio y su biodiversidad. Se recomienda continuar generando contenidos educativos sobre componentes del SIDAP y sus beneficios.

Contenido

	**Facebook** **https://www.facebook.com/share/p/1AfYtoZx5o/?mibextid=wwXIfr**
	**Twitter (X)** **https://x.com/gobmeta/status/1935726926468952277?s=46**

Nombre de campaña: Campaña "PSA San Juan de Arama – Conservación que Suma"

Objetivo:
Socializar el proyecto de Pago por Servicios Ambientales (PSA) con la administración municipal de San Juan de Arama, como parte del compromiso por fortalecer la conservación ambiental y promover el desarrollo sostenible en el territorio.

Público objetivo:
Primario: Autoridades locales y técnicos de la administración municipal, secundario propietarios de predios estratégicos, líderes comunitarios, actores ambientales y terciario ciudadanía interesada en mecanismos de incentivo por conservación y sostenibilidad productiva.

Análisis del público en redes sociales:

Twitter (X): Se compartió un mensaje clave con énfasis en conservación y sostenibilidad, reforzando la importancia del PSA como herramienta de gestión ambiental.

Conclusión:

La campaña "PSA San Juan de Arama – Conservación que Suma" permitió avanzar en la apropiación institucional del mecanismo de Pago por Servicios Ambientales como modelo para proteger ecosistemas estratégicos y generar beneficios para las comunidades rurales. La difusión en plataformas oficiales aumentó el conocimiento del programa y fortaleció el respaldo local a su implementación.

Contenido

	**Twitter (X)** **https://x.com/gobmeta/status/1927822578434899984?s=46**

Nombre de la Campaña: Campaña "¡Sembramos Vida, Sembramos Futuro!" – Restauración Ecológica en Granada

Objetivo:
Desarrollar una jornada de sensibilización y restauración ecológica con estudiantes del Liceo Moderno de Granada, en el marco del proyecto de cambio climático y en alianza con la Alcaldía de Granada, promoviendo la educación ambiental activa y el compromiso con la conservación de los ecosistemas.

Público objetivo:

Primario estudiantes del Liceo Moderno de Granada y comunidad educativa, secundario funcionarios de la Alcaldía, profesionales del proyecto de cambio climático, y terciario gestores interesados en temas de sostenibilidad, restauración ambiental y participación juvenil.

Análisis del público en redes sociales:

Twitter (X): Se difundió un mensaje conciso acompañado de imágenes de la siembra, reforzando el vínculo entre educación ambiental y acción climática.

Conclusión:

La campaña "¡Sembramos Vida, Sembramos Futuro!" logró movilizar a la comunidad educativa hacia una acción concreta por el ambiente, fortaleciendo la conciencia climática y el sentido de responsabilidad ecológica desde la escuela. La difusión en plataformas oficiales aumentó la visibilidad del mensaje y motivó el interés por replicar esta experiencia en otros municipios.

Contenido



Twitter (x)

https://x.com/gobmeta/status/1928107781631902119?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "PSA en Cubarral – Bosques que Protegen el Agua"

Objetivo:
Realizar la caracterización de 37 predios en el municipio de Cubarral con el fin de vincular nuevos beneficiarios al programa de Pagos por Servicios Ambientales, contribuyendo a la conservación de bosques y la protección de fuentes hídricas estratégicas en el Meta.

Público objetivo:
Propietarios y residentes de predios rurales con potencial hídrico y forestal y autoridades ambientales, técnicos locales, y actores comunitarios interesados en conservación.

Análisis del público en redes sociales:
Twitter (X): Se compartió un mensaje clave sobre la importancia del PSA y su aplicación territorial, generando reacciones positivas de instituciones aliadas.

Conclusión:
La campaña "PSA en Cubarral – Bosques que Protegen el Agua" avanzó en el fortalecimiento del programa de incentivos por conservación, vinculando nuevos actores y visibilizando el compromiso del Meta con el desarrollo sostenible. La difusión en medios digitales e institucionales contribuyó a aumentar el conocimiento y la aceptación social del programa.

Contenido:



Twitter (x)

https://x.com/gobmeta/status/1928581664793395576?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "San Juan de Arama: Educación Ambiental para la Paz y la Conservación"

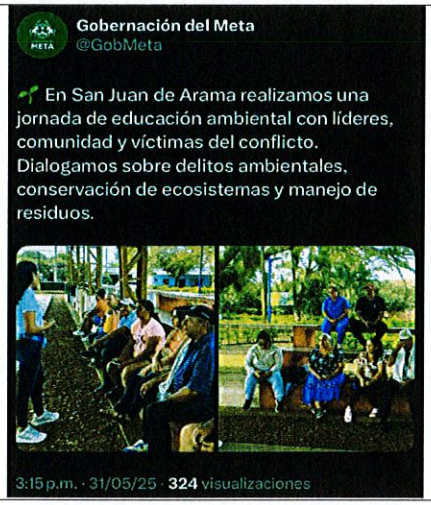
Objetivo:
Desarrollar una jornada de educación ambiental dirigida a líderes sociales, comunidad general y población víctima del conflicto en San Juan de Arama, con el fin de promover el conocimiento sobre delitos ambientales, conservación de ecosistemas y manejo adecuado de residuos sólidos.

Público objetivo:
Primario líderes comunitarios, víctimas del conflicto armado, actores sociales del municipio, organizaciones locales de base, funcionarios públicos y promotores ambientales.

Análisis del público en redes sociales:
Twitter (X): Se difundieron mensajes claves relacionados con los delitos ambientales y la importancia de la participación comunitaria, logrando buena visibilidad entre entidades aliadas y redes institucionales.

Conclusión:
La campaña "San Juan de Arama: Educación Ambiental para la Paz y la Conservación" integró aspectos sociales, ambientales y formativos en un solo espacio de diálogo y acción comunitaria. Su impacto se reflejó en la participación activa de públicos históricamente afectados por el conflicto y en la apropiación del mensaje ambiental como parte del desarrollo territorial sostenible.

Contenido



Twitter (X)

https://x.com/gobmeta/status/1928908207054791006?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "Educación Ambiental en Acción – Foro Ambiental en Cubarral"

Objetivo:
Participar en el Foro Ambiental de la Institución Educativa José Eustasio Rivera en Cubarral, socializando las acciones y estrategias de la Secretaría de Ambiente para la protección de ecosistemas, y presentando la iniciativa pedagógica 'Cápsulas de Vida' desarrollada en Cristo Rey.

Público objetivo:
Primario: Estudiantes, docentes y directivos de la I.E. José Eustasio Rivera, secundario familias de la comunidad educativa, funcionarios locales y promotores ambientales.

Análisis del público en redes sociales:
Twitter (X): Se difundieron mensajes clave sobre el compromiso institucional con la educación ambiental, fortaleciendo el reconocimiento de la Secretaría de Ambiente como actor educativo en el territorio.

Conclusión:

La campaña "Educación Ambiental en Acción" fortaleció el vínculo entre la gestión institucional y la comunidad educativa, posicionando al foro como una plataforma efectiva para compartir conocimientos, experiencias y estrategias de conservación. Se recomienda continuar apoyando estos espacios escolares para multiplicar el alcance de los programas ambientales.

Contenido:



Twitter (X)

https://x.com/gobmeta/status/1932876977280524572?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "¿Sabías qué es el SIRAP? – Biodiversidad y Gobernanza para la Orinoquia"

Objetivo:

Informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre el Sistema Regional de Áreas Protegidas (SIRAP) como una herramienta de articulación institucional, comunitaria y territorial para la conservación de la biodiversidad en la región Orinoquia. Además, visibilizar la participación activa de la Gobernación del Meta en el Comité Directivo del SIRAP, liderando la agenda de conservación junto con Parques Colombia.

Público objetivo:
Primario actores ambientales regionales, funcionarios de entidades ambientales, organizaciones comunitarias, Público académico, redes de conservación, jóvenes ambientalistas.

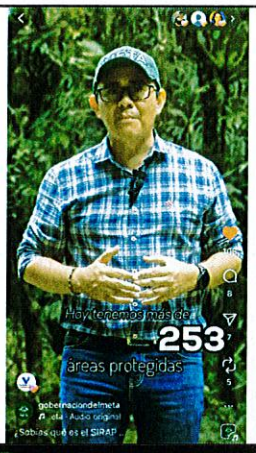
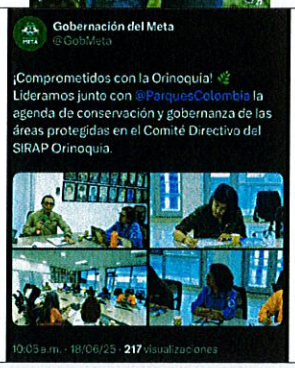
Análisis del público en redes sociales:

- Instagram y Facebook: Las piezas visuales con el mensaje "¿Sabías qué es el SIRAP?" captaron el interés educativo del público, generando comentarios y compartidos especialmente en comunidades ambientales.
- Twitter (X): La mención de Parques Colombia y el enfoque en la Orinoquia permitió ampliar el alcance e interacción con instituciones aliadas, consolidando la campaña como parte de una red de conservación regional.

Conclusión:

La campaña "¿Sabías qué es el SIRAP?" contribuyó significativamente a la divulgación de herramientas de gestión ambiental regional, posicionando el trabajo articulado del Meta y sus aliados como ejemplo de compromiso con la conservación de la Orinoquia. Se recomienda continuar generando contenidos educativos sobre sistemas de áreas protegidas para ampliar el conocimiento ciudadano y el respaldo a estas iniciativas.

Contenido:

	**Instagram** https://www.instagram.com/reel/DLNQPMgOf8-/?igsh=Z2Zkem1xOWl1dGJq
	**Twitter (x)** https://x.com/gobmeta/status/1935353303145021824?s=46
	**Boletín y publicación en página web** https://meta.gov.co/noticias/meta,-ratificado-como-presidente-del-sistema-regional-de-%C3%A1reas-protegidas-de-la-orinoquia/3746

Nombre de la Campaña: Campaña "Conservar para Adaptar – Acción Climática en El Dorado"

Objetivo:
Contribuir a la restauración ecológica y fortalecer la resiliencia ambiental del municipio de El Dorado, mediante la siembra de 50 plántulas en una zona de ladera, en articulación con la Alcaldía, como parte de las acciones de adaptación al cambio climático lideradas desde la Gobernación del Meta.

Público objetivo:
Comunidad local de El Dorado, especialmente habitantes cercanos a zonas de ladera, funcionarios municipales, actores ambientales y líderes comunitarios.

Análisis del público en redes sociales:
Twitter (X): Se difundió un mensaje institucional con énfasis en la resiliencia y restauración, destacando la articulación interinstitucional. La acción fue compartida por usuarios e instituciones afines.

Conclusión:
La campaña "Sembrar para Adaptar" reflejó una intervención ambiental efectiva, con resultados tangibles y valor educativo. Al integrar siembra, restauración y adaptación al cambio climático, se fortaleció la conexión entre la ciudadanía y los ecosistemas, promoviendo conciencia y participación activa en la protección del territorio.

Contenidos:

	Twitter (X) https://x.com/gobmeta/status/1932878165409739114?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "Alas que Enseñan – Avistamiento de Aves con Adultos Mayores en El Dorado"

Objetivo:
Fortalecer la educación ambiental y el vínculo intergeneracional con la naturaleza mediante una jornada de avistamiento de aves, realizada junto a Cormacarena y el PROCEDA Coaviari en El Dorado, promoviendo el reconocimiento de especies y el respeto por la fauna silvestre entre adultos mayores.

Público objetivo:
Personas adultas mayores de El Dorado participantes en actividades comunitarias y ambientales, promotores ambientales, PROCEDA Coaviari, funcionarios de Cormacarena.

Análisis del público en redes sociales:
Twitter (X): Se compartieron mensajes clave sobre el avistamiento y la importancia de reconocer la fauna local, posicionando la jornada como una experiencia educativa y emocionalmente significativa.

Conclusión:
La campaña "Alas que Enseñan" demostró cómo las estrategias de educación ambiental pueden adaptarse para públicos diversos, como los adultos mayores, generando bienestar, conocimiento y aprecio por la biodiversidad. La actividad fortaleció la apropiación del territorio y la participación activa en su conservación.

	Twitter (X) https://x.com/gobmeta/status/1933613868338851928?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "Negocios Verdes con Sello Responsable – Capacitación en Normativa Sanitaria"

Objetivo:

Fortalecer las capacidades de emprendedores vinculados a Negocios Verdes mediante una jornada de capacitación liderada junto a INVIMA y con el respaldo de Cormacarena, enfocada en el cumplimiento de la normativa sanitaria y el correcto rotulado de alimentos, para promover productos más seguros, sostenibles y competitivos.

Público objetivo:

Emprendedores vinculados al programa de Negocios Verdes del Meta, especialmente productores de alimentos y derivados naturales.

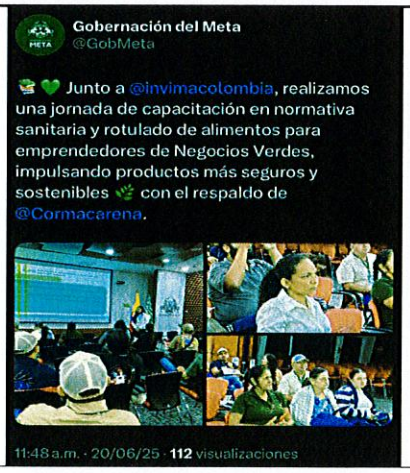
Análisis del público en redes sociales:

Twitter (X): El mensaje institucional fue amplificado por INVIMA y Cormacarena, aumentando el alcance del contenido entre redes oficiales y emprendedores ambientales.

Conclusión:

La campaña "Negocios Verdes con Sello Responsable" logró fortalecer la formalización y sostenibilidad de emprendimientos locales, alineando el componente ambiental con estándares de inocuidad y cumplimiento normativo. La difusión en plataformas institucionales consolidó el mensaje de respaldo técnico e interinstitucional para el crecimiento de la economía verde en el Meta.

Contenido:



Twitter (X)

https://x.com/gobmeta/status/1936103977214513568?s=46

Nombre de campaña: Campaña "Día Mundial de las Abejas – Polinizadores que Sostienen la Vida"

Objetivo:

Conmemorar el Día Mundial de las Abejas mediante un evento participativo con productores y comercializadores del departamento, con el fin de fortalecer el conocimiento sobre el rol ecológico de las abejas y reafirmar el compromiso institucional con su conservación.

Público objetivo:

Apicultores, productores agrícolas, comercializadores de productos derivados de la miel, técnicos agroambientales, organizaciones del sector productivo, consumidores responsables.

Análisis del público en redes sociales:

Twitter (X): Se posicionó el mensaje institucional con etiquetas como #DíaDeLasAbejas y #PolinizadoresEsenciales, amplificando el contenido con interacciones de entidades ambientales y usuarios del sector agro.

Conclusión:

La campaña "Día Mundial de las Abejas – Polinizadores que Sostienen la Vida" fue una acción estratégica de educación ambiental y fortalecimiento productivo. Integró saberes tradicionales y técnicos, fomentando prácticas sostenibles entre productores y generando conciencia ciudadana sobre la importancia de proteger a estos polinizadores esenciales para el planeta.

Contenido:

	**Instagram** **https://www.instagram.com/reel/DJ7Z6irvWsy/?igsh=aGU3cnBncGEyaG55**

Nombre de la campaña: Campaña "Guardianes del Bosque – Don Wilson Lombana y el Compromiso Ambiental en Acacías"

Objetivo:

Visibilizar y reconocer el rol de líderes rurales como don Wilson Lombana, beneficiario del programa de Pagos por Servicios Ambientales, destacando su labor en la conservación de los recursos naturales en las montañas de Acacías. La estrategia incluyó la producción y difusión de un contenido audiovisual, como herramienta de educación y sensibilización ambiental.

Público objetivo:

Población rural beneficiaria o potencial del programa PSA, líderes ambientales comunitarios, ciudadanía del Meta, funcionarios públicos, instituciones aliadas como Ecopetrol y Cormacarena, audiencia digital sensibilizada sobre cambio climático, conservación del agua y protección de bosques.

Análisis del público en redes sociales:

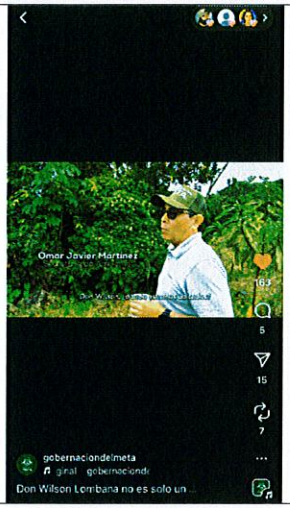
Instagram y Facebook: El video protagonizado por don Wilson generó alto nivel de interacción y reacciones emocionales positivas. La figura del campesino como héroe ambiental conectó con públicos urbanos y rurales, fomentando empatía y respeto por su labor.

Conclusión:

La campaña "Guardianes del Bosque" fue una estrategia efectiva de comunicación emocional y educativa que visibilizó el impacto positivo del programa PSA en Acacías, fortaleciendo la percepción social del campesino

como agente clave en la defensa del ambiente. El material audiovisual sirvió como puente entre la política pública, las alianzas institucionales y la ciudadanía.

Contenido:

	**Facebook** **https://www.facebook.com/share/v/1EgEFUtGFr/?mibextid=wwXIfr**
	**Instagram** **https://www.instagram.com/reel/DKUZrmUOrKK/?igsh=enJxdWg5b29sajM1**

Nombre de la campaña: "Unillanos + Secretaría de Ambiente: Ciencia y Territorio para la Sostenibilidad"

Objetivo:

Dar visibilidad a la firma del convenio marco interinstitucional entre la Universidad de los Llanos y la Secretaría de Ambiente del Meta, resaltando su importancia como base para el diseño de herramientas estratégicas de conservación, gestión responsable de los recursos naturales, y fortalecimiento de capacidades comunitarias frente al cambio climático.

Público objetivo:

Organizaciones ambientales, líderes comunitarios y entidades públicas aliadas en temas de sostenibilidad.

Análisis del público en redes sociales:

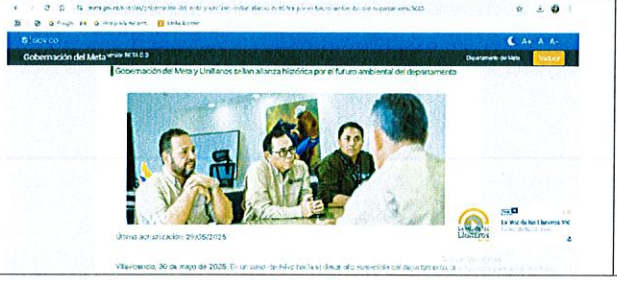
Se redactó una nota formal explicando los alcances del convenio y su proyección en la formulación de una política pública ambiental regional. Esto reforzó la credibilidad institucional y la visión a largo plazo de la alianza.

Conclusión:

La campaña "Unillanos + Secretaría de Ambiente" posicionó de manera efectiva la articulación entre ciencia, educación y gestión pública como base para una política ambiental sólida en el Meta. La buena acogida en redes sociales reflejó un interés creciente de la ciudadanía por soluciones técnicas e interinstitucionales frente

a la crisis ambiental. Se recomienda continuar fortaleciendo esta narrativa para generar apropiación social y respaldo comunitario a las futuras acciones del convenio.

Contenido:

	**Boletín y publicación en página web** **https://meta.gov.co/noticias/gobernaci%C3%B3n-del-meta-y-unillanos-sellan-alianza-hist%C3%B3rica-por-el-futuro-ambiental-del-departamento/3685**

No. 3	**Contribuir con la actualización del Drive de la secretaria de Ambiente, con cada una de las campañas elaboradas y así garantizar el archivo digital de cada una de las actividades desarrolladas.**

Anexo
Como contratista durante el periodo del 21 de mayo al 20 de junio del presente año, realicé el cargue de la información en el respectivo drive. A continuación, relaciono el link:

https://docs.google.com/document/d/1aBO_tnv5WPBpSJXmfAXVoKGWzs_1wRIQ/edit?usp=drive_link&ouid=104427116631801297064&rtpof=true&sd=true

No. 4	**Fortalecer el análisis del impacto social que genera cada una de las campañas de educación ambiental difundidas.**

Dando cumplimiento al fortalecimiento de las campañas lideradas por la Secretaría de Ambiente del Meta, se desarrolló una estrategia de difusión activa que integró contenidos educativos en plataformas digitales y medios institucionales, con el objetivo de sensibilizar, movilizar y generar apropiación comunitaria sobre temas ambientales clave.

Durante el periodo reciente, la Secretaría de Ambiente del Meta, en articulación con aliados estratégicos como alcaldías municipales, instituciones educativas, organizaciones comunitarias, Cormacarena, Ecopetrol, INVIMA y la Universidad de los Llanos, desarrolló una serie de campañas orientadas a fortalecer la educación ambiental, la acción territorial sostenible y la conciencia ciudadana frente a la conservación del ambiente.

Estas campañas se ejecutaron bajo un enfoque inclusivo y pedagógico, combinando actividades presenciales como sembratones, jornadas de sensibilización, ferias, foros, avistamientos de fauna, procesos de restauración ecológica y formación técnica con estrategias de difusión activa en medios digitales e institucionales.

Ejes de impacto social detectados:
Educación Ambiental

Se promovió el conocimiento sobre biodiversidad, normativas ambientales, residuos, cambio climático, fauna silvestre y servicios ecosistémicos.

Las campañas difundidas alcanzaron públicos diversos: estudiantes, adultos mayores, campesinos, líderes sociales, víctimas del conflicto, emprendedoras, técnicas y ciudadanía urbana.

Se fortalecieron programas como PRAE y PROCEDAS, fomentando el aprendizaje activo y la apropiación comunitaria del territorio.

Participación y Empoderamiento Comunitario:

La inclusión de sectores tradicionalmente excluidos (como adultos mayores, víctimas, jóvenes rurales y líderes locales) aumentó el sentido de corresponsabilidad ambiental.

Testimonios como el de don Wilson Lombana reforzaron la idea de que la conservación tiene rostro humano y es una labor colectiva.

Fortalecimiento de la Gobernanza Ambiental:

La firma de convenios con universidades y la participación en espacios regionales como SIRAP y SIDAP posicionaron al Meta como actor comprometido con la planificación ambiental de largo plazo.

Iniciativas como los Pagos por Servicios Ambientales y los Negocios Verdes consolidaron alianzas entre instituciones, academia, sector privado y comunidades.

Impacto Digital y Visibilidad Institucional:

La estrategia de comunicación se centró en piezas gráficas, contenidos audiovisuales, boletines de prensa y publicaciones constantes en redes sociales.

Se observó una alta interacción orgánica en Facebook e Instagram, fortalecimiento del alcance técnico en Twitter (X), y buena recepción del contenido visual, especialmente en campañas asociadas a restauración, fauna y cambio climático.

La apropiación del mensaje por parte de la audiencia digital generó réplica espontánea, contribuyendo a la viralización de temas ambientales con lenguaje ciudadano.

Conclusión

Las campañas implementadas evidenciaron un impacto social significativo, no solo por la cobertura territorial o el número de actores involucrados, sino por el cambio de percepción y actitud ambiental que promovieron en la población. Al integrar educación, acción comunitaria, respaldo institucional y difusión estratégica, se logró avanzar en la construcción de un Meta más consciente, resiliente y comprometido con su patrimonio natural.

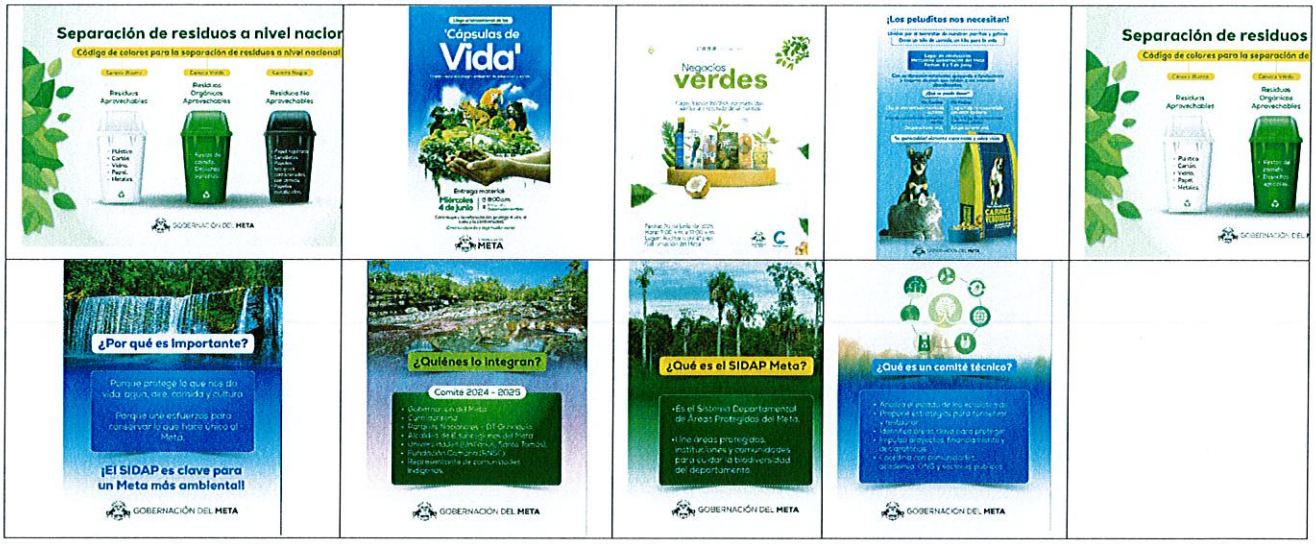
Este enfoque integral debe mantenerse y reforzarse como base para futuras estrategias de política pública ambiental, consolidando una ciudadanía ambientalmente activa y una institucionalidad visible, cercana y coherente con los desafíos del territorio.

21 DE MAYO AL 20 DE JUNIO

PLATAFORMAS USADAS	DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS
Instagram	6 videos
X	12 textos con registro fotográfico.
Boletín	3 con audio y fotografías
Página web	3 publicaciones en la página institucional
Facebook	8 publicaciones

No. 5	**Apoyar otras actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato.**

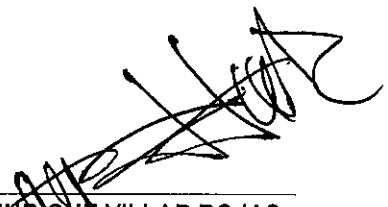
Apoyé actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato con la creación de piezas gráficas, la edición y producción de videos, así como el desarrollo de productos para radio.



Anexo

Artículo 3.2.7.5 del Decreto 780 de 2016 modificado por el Decreto 1273 de 2018, en relación con el pago y retención de aportes al Sistema de Seguridad Integral y Parafiscales. **Nota: Esta información debe estar en el informe del contratista** **El contratista:**			
Concepto	**Si**	**No**	**Detalle**
¿Ostenta la calidad de pensionado o tiene requisitos cumplidos para la pensión o por disposiciones legales no está obligado a cotizar a pensiones?		**x**	Si su respuesta es Sí, adjunte certificación.
¿Cotiza por otros ingresos provenientes de vinculación laboral y/o reglamentaria, mesadas pensionales, independiente por cuenta propia u otros contratos?		**x**	Si su respuesta es Sí, registre el valor del IBC de cada uno de ellos $ _____ $ _____
¿La totalidad de los ingresos mensuales son iguales o superiores a cuatro (4) salarios mínimos mensuales legales vigentes, producto de los ingresos provenientes de vinculación laboral y/o reglamentaria, independiente por cuenta propia u otros contratos?		**x**	
¿El valor total de sus IBC es superior a 4 salarios mininos mensuales legales vigentes?		x	Si su respuesta es Sí, adjuntar el pago del fondo de solidaridad pensional FSP
¿Cotiza por el límite máximo de cotización de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales?		**x**	
¿Efectúa aportes por un Ingreso Base de Cotización (IBC) superior al 40% del valor mensualizado del contrato?		**x**	
¿Pertenece a un Régimen Especial o de Excepción en salud?		**x**	
¿Cotiza a salud de manera directa a la Entidad Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud (ADRES) de conformidad con lo establecido por el Articulo 2.1.13.5?		**x**	
¿Efectúa de forma voluntaria aportes a una Caja de Compensación Familiar?		**x**	
¿Realiza aportes voluntarios a pensión?		**x**	

Pago de Seguridad Social (Persona Natural)	Datos
Periodo Cotizado	**Mayo de 2025**
Número de Planilla	**9486437108**
IBC (Ingreso Base de Cotización)	**$1,423,500**
Valor pagado a SALUD	**$178,000**
Valor pagado a PENSIÓN	**$227,800**
Valor pagado a ARL	**$14,900**
Valor pagado a FSP	**N/A**
Nota: Si realizó pago para más de un Periodo o finalizando contrato Inserte nueva columna Nota: Si es persona jurídica se diligencia todo con N/A	



CÉSAR ENRIQUE VILLAR ROJAS
C.C. 86.088.835 de Villavicencio
CPS No. 0579 de 2025
Secretaría de Ambiente

Villavicencio, 02 de julio de 2025

Doctor:
OMAR JAVIER MARTÍNEZ MACHADO
Secretario de Ambiente
GOBERNACIÓN DEL META

INFORME DE SUPERVISIÓN

Objetivo del Informe
Mantener informada a la Gobernación del Meta sobre el desarrollo del contrato objeto de este informe, presentar evidencias de su ejecución y verificar que las actividades realizadas sean hechas con calidad y en los términos adecuados.

Contrato No. y Fecha:	0579 DEL 20 DE FEBRERO 2025		
Clase de Contrato:	PRESTACIÓN DE SERVICIOS		
Registro Presupuestal No. y Fecha:	1448 DEL 20 DE FEBRERO DE 2025		
Contratista:	CÉSAR ENRIQUE VILLAR ROJAS	Nit./c.c.	86.088.835
Representante Legal:	N/A	c.c.	N/A
Supervisor: (Insertar filas cuando en el periodo de pago se presenten varios supervisores)	TULIO MONTENEGRO SILVA	c.c.	17.309.539
Acto administrativo de designación supervisor: No. y Fecha	OFICIO 20000-057 DEL 21 DE FEBRERO DE 2025		
Objeto:			
FORTALECER LA EDUCACIÓN AMBIENTAL A TRAVES DE 30 CAMPAÑAS PERMANENTES, MEDIANTE LA DIFUSIÓN SOCIAL EN MACRO Y MICRO MEDIOS, EN EL DEPARTAMENTO DEL META			
Valor inicial del contrato: (Letras y Números)	**CATORCE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS, MCTE ($14.500.000)**		
Término Inicial de Ejecución:	**CINCO (05) MESES**		
Fecha de Inicio según Acta de Inicio:	21/02/2025	Fecha Finalización según Acta de Inicio:	20/07/2025

Modificaciones (Adiciones, Prórrogas, Suspensiones, Cesiones, Reinicios, Reducciones y Otras)			
Tipo de Modificación	**Valor de la Modificación** (Cuando Aplique)	**Fecha de expedición del documento**	**Tiempo de Modificación** (Cuando Aplique)
N/A	N/A	N/A	N/A
*Si no existen modificaciones diligencie casillas con N/A **Inserte filas si requiere			

Término Total de Ejecución: (Solo cuando existan modificaciones)	N/A	**Fecha Finalización:** (Solo cuando existan modificaciones)	N/A

Valor total del contrato +/- las modificaciones: (Solo cuando existan modificaciones) (Letras y Números)	N/A
*Si no existen modificaciones diligencie casillas con N/A	

Periodo de Pago:	Del	21/05/2025		Al	20/06/2025			
Tipo de Pago:	Anticipo		Parcial	X	Final		No. de Pago	4

Valor Total Autorizado a Pagar (Letras y números Máximo 2 Decimales)	**Dos millones novecientos Mil pesos M/cte. ($2.900.000).**

Se me designó como supervisor del contrato objeto de este informe, así para dar cumplimiento al Decreto N° 075 de 2021 por medio de la cual se adopta el Manual de Contratación, Supervisión e Interventoría del Departamento del Meta, me permito informar el desarrollo correspondiente al presente periodo de pago en los siguientes aspectos:

Cumplimiento de los requisitos de ejecución del contrato:

REQUISITOS	Si	No	N/A
Registro Presupuestal	X		
Otorgamiento oportuno de las garantías tanto al inicio como a lo largo de la vida del contrato, de la aprobación de dichas garantías y las demás que correspondan según el contrato y la Ley			X
Existencia de las licencias y/o autorizaciones que se requieran contractual y legalmente para proceder a suscribir el acta de inicio del contrato)			X
Afiliación a Administradora de Riesgos Laborales ARL	X		
Publicaciones en Secop	X		
Publicaciones en SIA Observa	X		
Carpeta física actualizada en la Gerencia de Asuntos Contractuales	X		

Ejecución de las actividades en cumplimiento de las obligaciones específicas en el periodo del informe:

ACTIVIDADES REALIZADAS

1. Elaboración y entrega de un plan de acción y cronograma sobre las diferentes actividades a desarrollar dentro del objeto del contrato, previa aprobación del supervisor.

El contratista elaboró el plan de acción y cronograma ejecutado en el periodo del 21 de mayo al 20 de junio del presente año, indicando las distintas actividades realizadas dentro del objeto del contrato.

Anexo:

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
24/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre el Día Mundial del Medio Ambiente
24/05/2025	Se realizó producción audiovisual y registro fotográfico, sobre la preparación de las capsulas de vida.
24/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre que es SIDAP.
24/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Meta le apuesta al futuro verde: inversión ambiental del superávit supera $4.600 millones, y publicación en la página web.

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
26/05/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
27/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Gobernación del Meta lanza actividad ambiental "Crea y Lanza tus Cápsulas de Vida", en el Día Mundial del Medio Ambiente, y publicación en página web.
28/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la socialización de PSA en el municipio de San Juan de Arama.
29/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de sensibilización ecológica en el municipio de granada.
30/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la caracterización de beneficiarios de PSA en el municipio de Cubarral
30/05/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Gobernación del Meta y Unillanos sellan alianza histórica por el futuro ambiental del departamento, y publicación en página web.
31/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de educación ambiental en el municipio de San Juan de Arama.
31/05/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre Wilson Lombana, beneficiario PSA acacias
02/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre socialización en las calles de que es cápsulas de vida.
03/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
05/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de lanzamiento de las Cápsulas de Vida.
05/05/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la jornada cápsulas de vida.
06/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la jornada de Gobierno Presente en el municipio de Granada.
10/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
11/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la socialización de educación ambiental, en el foro ambiental de la IE José Eustasio Rivera de Cubarral.
11/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre el acompañamiento de la siembra de plántulas junto a la alcaldía del Dorado, del proyecto de cambio climático.
13/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre jornada de educación ambiental del PROCEDA en el municipio de El Dorado.
17/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
18/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la reunión de SIRAP Orinoquía del comité directivo.
18/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la reunión del comité directivo del SIRAP.
19/06/2025	Se apoyó cubrimiento periodístico, registro fotográfico y registro audiovisual de la reunión del comité técnico del SIDAP.
19/06/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Meta, ratificado como presidente del Sistema Regional de Áreas Protegidas de la Orinoquia, y publicación en página web.
20/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de negocios verdes junto al INVIMA.

2. Apoyar la realización de 30 campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades que desarrolle la secretaria de Ambiente.

El contratista, apoyó la realización de catorce (14) campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades desarrolladas por la Secretaría de Ambiente en el periodo del 21 de mayo al 20 de junio del presente año, en cambio climático, procedas, entrega de material vegetal y negocios verdes.

3. Contribuir con la actualización del Drive de la secretaria de Ambiente, con cada una de las campañas elaboradas y así garantizar el archivo digital de cada una de las actividades desarrolladas.

El contratista durante el periodo del 21 de mayo al 20 de junio del presente año actualiza el Drive de la Secretaría de Ambiente; dejando el material audiovisual y fotográfico de cambio climático, procedas, entrega de material vegetal y negocios verdes, entre otros.

4. Fortalecer el análisis del impacto social que genera cada una de las campañas de educación ambiental difundidas.

El contratista dando cumplimiento al fortalecimiento de las campañas lideradas por la Secretaría de Ambiente del Meta, desarrolló una estrategia de difusión activa que integró contenidos educativos en plataformas digitales y medios institucionales, con el objetivo de sensibilizar, movilizar y generar apropiación comunitaria sobre temas ambientales clave.

Durante el periodo reciente, acompaño a la Secretaría de Ambiente del Meta, en la articulación con aliados estratégicos como alcaldías municipales, instituciones educativas, organizaciones comunitarias, Cormacarena, Ecopetrol, INVIMA y la Universidad de los Llanos, desarrollando una serie de campañas orientadas a fortalecer la educación ambiental, la acción territorial sostenible y la conciencia ciudadana frente a la conservación del ambiente.

Las campañas las ejecuto bajo un enfoque inclusivo y pedagógico, combinando actividades presenciales como acompañamiento a actividades de siembra, jornadas de sensibilización, ferias, foros, avistamientos de fauna, procesos de restauración ecológica y formación técnica con estrategias de difusión activa en medios digitales e institucionales.

Ejes de impacto social que detecto:

Educación Ambiental
Promovió el conocimiento sobre biodiversidad, normativas ambientales, residuos, cambio climático, fauna silvestre y servicios ecosistémicos.

Las campañas difundidas por el contratista alcanzaron públicos diversos: estudiantes, adultos mayores, campesinos, líderes sociales, víctimas del conflicto, emprendedoras, técnicas y ciudadanía urbana.

Promovió el fortalecimiento a programas como PRAE y PROCEDAS, fomentando el aprendizaje activo y la apropiación comunitaria del territorio.

Participación y Empoderamiento Comunitario:

Contribuyo a la inclusión de sectores tradicionalmente excluidos (como adultos mayores, víctimas, jóvenes rurales y líderes locales) aumentó el sentido de corresponsabilidad ambiental.

Incluyo en su informe testimonios como el de don Wilson Lombana que reforzaron la idea de que la conservación tiene rostro humano y es una labor colectiva.
Fortalecimiento de la Gobernanza Ambiental:

Testigo de la firma de convenios con universidades y la participación en espacios regionales como SIRAP y SIDAP posicionaron al Meta como actor comprometido con la planificación ambiental de largo plazo.

De Iniciativas como los Pagos por Servicios Ambientales y los Negocios Verdes consolidaron alianzas entre instituciones, academia, sector privado y comunidades.

Impacto Digital y Visibilidad Institucional:

La estrategia de comunicación que desarrollo el contratista en el desarrollo de su contrato se centró en piezas gráficas, contenidos audiovisuales, boletines de prensa y publicaciones constantes en redes sociales.

El contratista manifiesta en el informe que observó una alta interacción orgánica en Facebook e Instagram, fortalecimiento del alcance técnico en Twitter (X), y buena recepción del contenido visual, especialmente en campañas asociadas a restauración, fauna y cambio climático.

Manifiesta apropiación del mensaje por parte de la audiencia digital generó réplica espontánea, contribuyendo a la viralización de temas ambientales con lenguaje ciudadano.

Conclusión
Las campañas implementadas por el contratista evidenciaron un impacto social significativo, no solo por la cobertura territorial o el número de actores involucrados, sino por el cambio de percepción y actitud ambiental que promovieron en la población. Al integrar educación, acción comunitaria, respaldo institucional y difusión estratégica, logrando avanzar en la construcción de un Meta más consciente, resiliente y comprometido con su patrimonio natural.

Recomienda que este enfoque integral debe mantenerse y reforzarse como base para futuras estrategias de política pública ambiental, consolidando una ciudadanía ambientalmente activa y una institucionalidad visible, cercana y coherente con los desafíos del territorio.

5. Apoyar otras actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato.

El contratista Apoyó actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato con la edición y producción de videos, así como el desarrollo de productos para radio y creación de piezas gráficas para las convocatorias que realiza la secretaria como negocios verdes, SIRAD y separación de colores, entre otros.

Evaluación y Reevaluación del Contratista

Rango de Calificación	
Excelente	El contratista superó las especificaciones técnicas establecidas de los productos y/o servicios.
Bueno	El contratista cumplió las especificaciones técnicas establecidas de los productos y/o servicios.
Regular	El contratista en el desarrollo del contrato presentó inconformidades que no son graves, ni se considera que incumplió el mismo.
No Cumple	El contratista en el desarrollo del contrato presentó inconformidades graves y se considera que incumplió el mismo.

Evaluación y Reevaluación del Contratista	Calificación
CUMPLIMIENTO: (Oportunidad en la entrega de los productos y/o servicios; Atención a compromisos adquiridos)	Bueno
CALIDAD: (Grado en el que el producto y/o servicio cumple las necesidades y expectativas contractuales)	Bueno
COMUNICACIÓN: (Comunicación asertiva durante la ejecución del contrato)	Bueno
EVALUACIÓN GENERAL: (Percepción general sobre el producto y/o servicio suministrado)	Bueno

Cumplimiento de las Obligaciones de Seguridad Social:

Certifico que verifiqué el cumplimiento del pago de aportes a la seguridad social (salud, pensión y ARL) y parafiscales correspondiente al periodo del presente informe como se establece en el F-BS-16 Certificado del Supervisor Autorizando el Pago.

Certificación de Cumplimiento General

De acuerdo con la información anteriormente suministrada y la contenida en el F-BS-16 Certificado del Supervisor Autorizando el Pago, certifico que durante el periodo objeto de este informe, el contratista cumplió a satisfacción las obligaciones del contrato, y cumplió con el pago del sistema de seguridad social, la cual fue verificada física y documentalmente por el suscrito.

Cordialmente;

Firma:	
Nombre:	**Tulio Montenegro Silva**
Cargo:	Profesional Especializado
Supervisor	