Sandra Viviana Buitrago Gonzalez

De: Sara Cristina Tejada Chavez
Enviado el: jueves, 4 de diciembre de 2025 4:36 p. m.
Para: Perspectiva K
CC: Corpamujer Coorporacion para el desarollo; Sandra Viviana Buitrago Gonzalez; CorpaMujer
Asunto: Re: Documento plan de comunicaciones Convenio 1571-2025

Hola Juan y Erika!

Espero estén muy bien.

Gracias por acoger nuestras recomendaciones.

En contenido quedamos aprobados.

Por favor ajustar la gráfica del documento no solo a los colores si no a la estética y recursos generales.

Recordarles amablemente que la lista de productos será nuestra guía para entregables y que el componente territorial y no solo el digital es de importancia para nosotras, así que esperamos articular la producción de las piezas con el desarrollo mismo del contrato para que las firmantes tengan acceso a los mismos.

De nuevo gracias por tu disposición, Juan.

Un saludo

Obtener Outlook para iOS

De: Perspectiva K <eldelasideas@perspectivak.com>
Enviado: Thursday, December 4, 2025 1:54:13 PM
Para: Sara Cristina Tejada Chavez <saratejada@reincorporacion.gov.co>
Cc: Corpamujer Coorporacion para el desarollo <profesionales.arn1571@corpamujer.com>; Sandra Viviana Buitrago Gonzalez <sandrabuitrago@reincorporacion.gov.co>; CorpaMujer <corpamujer@gmail.com>
Asunto: Re: Documento plan de comunicaciones Convenio 1571-2025

Hola Sara, cómo estás. Espero que tengas una linda tarde.

Muchas gracias por el tiempo durante la reunión de hoy y por los comentarios compartidos. Queremos contarte que ya realizamos los ajustes solicitados en cada uno de los puntos. Para facilitar la revisión, todos los cambios quedaron marcados en amarillo dentro del documento.

Favor ingresar al siguiente link:
https://drive.google.com/drive/folders/1UJ2lUhEp7MOXNzLutF4ttuxuUw3BRa3?usp=sharing

Adicionalmente, estamos ajustando las piezas gráficas con los comentarios de hoy para dejarlas listas y enviarlas mañana.

Quedamos muy atentos a cualquier comentario adicional o a lo que puedan necesitar. Muchas gracias,

Juan Felipe Kandia
Corpamujer

Agencia para la Reincorporación y la Normalización - ARN

Estrategia de comunicaciones

Promoción de la Estrategia de Reconocimiento, Redistribución y Reducción de las Cargas de Cuidado de las Mujeres Firmantes en las Organizaciones Productivas de la Reincorporación (ARN).



Agencia para la Reincorporación y la Normalización – ARN
Oficina Asesora de Comunicaciones
Plan de Comunicaciones – Estrategia de Cuidado
Proyecto: Reconocimiento, redistribución y reducción de cargas de cuidado en organizaciones productivas de la reincorporación
Vigencia: 2025–2026

Elaborado por: [Entidad/Asociada – NIT – Responsable]
Equipo de comunicaciones: [Nombre cargo 1], [Nombre cargo 2]
Revisado por: [Supervisor(a) del convenio – ARN]
Aprobado por: Oficina Asesora de Comunicaciones – ARN
Fecha: [dd/mm/aaaa]
Versión: [v1.0]

Agencia para la Reincorporación y la Normalización - ARN

1. Índice

A. Introducción 4
B. Justificación 5
C. Objetivos 6
D. Matriz DOFA comunicacional 8
E. Matriz DOFA digital 12
F. Publico objetivo 16
G. Línea narrativa y enfoque comunicativo 19
H. Enfoques transversales 25
I. Componentes de la estrategia 27
J. Canales y medios 28
K. Contenidos de la estrategia de comunicaciones 30
L. Materiales gráficos de apoyo para los talleres y actividades territoriales 32
M. Indicadores de Seguimiento y KPIs de la Estrategia 33

2. Introducción

El presente Plan de Comunicaciones tiene como propósito orientar las acciones pedagógicas, estratégicas y operativas que acompañan la implementación de la Estrategia de Cuidado desarrollada por la Agencia para la Reincorporación y la Normalización – ARN, en el marco de los procesos de reincorporación económica y social de las personas firmantes del Acuerdo de Paz y sus comunidades.

Esta estrategia de comunicación busca posicionar el cuidado como un derecho y una responsabilidad colectiva, articulando mensajes, narrativas y productos que contribuyan al reconocimiento, la redistribución y la reducción de las cargas de cuidado, especialmente en las organizaciones productivas conformadas por mujeres y hombres en proceso de reincorporación. El plan se desarrolla en coherencia con los lineamientos establecidos por la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) y el Grupo de Enfoque de Mujeres y Género de la ARN, e incorpora los principios de acción sin daño, enfoque diferencial, equidad de género y participación territorial.

A través de su implementación, se busca fortalecer la comprensión pública y comunitaria del cuidado, visibilizar las experiencias territoriales que promueven prácticas corresponsables y contribuir al cambio cultural necesario para consolidar la paz desde la vida cotidiana. El documento detalla los objetivos, públicos, mensajes clave, componentes, canales, piezas, fases, indicadores y mecanismos de evaluación, sirviendo como hoja de ruta para garantizar la coherencia, oportunidad y calidad de la comunicación del proyecto.

En concordancia con lo definido en la reunión de articulación con la ARN, este Plan de Comunicaciones incorpora tres procesos fundamentales que estructuran el alcance del convenio y orientan todas las acciones previstas. El primero corresponde al proceso de comunicación de posicionamiento, cuyo propósito es visibilizar el componente de Cuidado, sus avances y aprendizajes, alineando los mensajes con las directrices de la Oficina Asesora de Comunicaciones. El segundo se centra en el proceso pedagógico con comunidad, mediante el cual se acompañan los aprendizajes territoriales y se facilita la comprensión de las 3R del cuidado a través de metodologías participativas. El tercero se relaciona con el proceso de incidencia para la transformación cultural, que busca promover cambios en las prácticas, los imaginarios y las relaciones de cuidado en los territorios, destacando el papel de las mujeres y fomentando la corresponsabilidad.

Estos tres procesos constituyen el marco de referencia para la implementación de la estrategia y garantizan que las acciones comunicativas respondan a los objetivos del componente de Cuidado y a las necesidades de los territorios acompañados.

3. Justificación

En el marco de los procesos de reincorporación social y económica liderados por la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN), la Estrategia de Cuidado se plantea como una acción transformadora que busca fortalecer el bienestar, la equidad y la convivencia en los territorios. Este componente promueve la redistribución de las tareas de cuidado, el reconocimiento del trabajo no remunerado y la construcción de masculinidades corresponsables, contribuyendo directamente a la consolidación de la paz y al desarrollo de comunidades más justas e incluyentes.

Sin embargo, para que estos cambios sean sostenibles, es necesario acompañarlos con una estrategia de comunicación pedagógica y participativa que permita visibilizar, sensibilizar y generar apropiación social sobre el valor del cuidado, donde la comunicación se convierte en una herramienta esencial de transformación cultural, que informa, promueve actitudes, modifica imaginarios y fomenta la acción colectiva.

El Plan de Comunicaciones propuesto busca representar los principios del cuidado en narrativas humanas, cercanas y comprensibles, que conecten con las realidades de las mujeres, los hombres y las familias en proceso de reincorporación. Para ello, se empleará el storytelling como herramienta central para la construcción de mensajes que resalten el valor de la corresponsabilidad y el impacto positivo del cuidado mutuo. A través de historias, piezas audiovisuales, contenidos gráficos y testimoniales, se pretende mostrar que el cuidado no es una carga individual, sino una tarea compartida que fortalece el tejido social y emocional de las comunidades.

Esta estrategia responde a los lineamientos de la Política Nacional de Cuidado (CONPES 4143 de 2025) y del Programa de Reincorporación Integral (CONPES 3931 de 2018), y se articula con los enfoques de género, territorial y de acción sin daño establecidos por la ARN.

Además, el componente comunicacional permitirá:

- **Fortalecer el posicionamiento institucional** de la ARN como entidad promotora de políticas de cuidado y bienestar.
- **Visibilizar los avances, aprendizajes y transformaciones** logradas por las organizaciones productivas acompañadas.
- **Fomentar la participación comunitaria** en torno a prácticas corresponsables y redes solidarias de apoyo.

En síntesis, esta estrategia de comunicaciones no solo busca difundir actividades o resultados, sino construir una narrativa colectiva sobre el cuidado como base de la paz y del desarrollo humano. Comunicar el cuidado es proteger los vínculos, la memoria y el futuro de quienes apuestan por una vida en comunidad.

4. Objetivos

Objetivo general

Fortalecer la comprensión y apropiación del cuidado como un derecho, una práctica colectiva y una responsabilidad compartida, mediante una estrategia de comunicación pedagógica, territorial y participativa que sensibilice, eduque y movilice a las comunidades y organizaciones productivas de la reincorporación hacia la reconstrucción de vínculos, la equidad de género y la convivencia en los territorios.

Objetivos específicos

1. Sensibilizar a las personas en proceso de reincorporación, sus familias y comunidades sobre la importancia del cuidado como fundamento de bienestar y convivencia.

2. Promover la comprensión de las 3R del cuidado, reconocer, redistribuir y reducir a través de mensajes, piezas y acciones pedagógicas que traduzcan los conceptos técnicos en prácticas cotidianas y colectivas, utilizando el storytelling para generar empatía y conexión.

3. Visibilizar experiencias transformadoras de organizaciones y comunidades que han adoptado modelos corresponsables, mostrando resultados, aprendizajes y testimonios que sirvan como ejemplo para otros territorios.

4. Impulsar masculinidades cuidadoras y la participación activa de los hombres en las tareas domésticas, familiares y comunitarias, como parte del proceso de reincorporación integral.

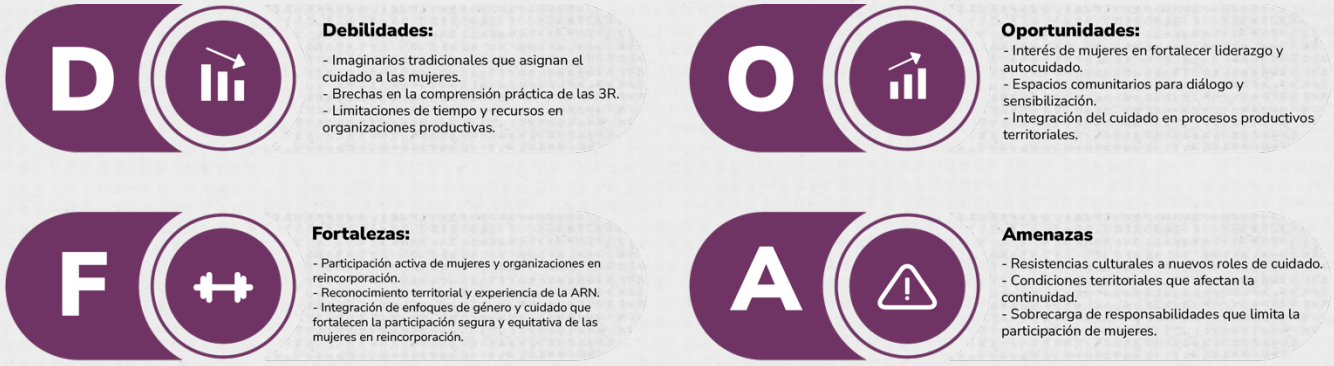
5. Fortalecer la presencia comunicativa de la ARN en torno al cuidado y el bienestar, mediante la difusión de mensajes coherentes con las políticas nacionales y con los objetivos del proceso de reincorporación.

Agencia para la Reincorporación y la Normalización - ARN

I. Objetivo General



5. Matriz DOFA comunicacional



La Matriz DOFA ofrece una lectura clara del contexto en el que se implementa el componente de Cuidado y de los factores que influyen en su desarrollo en los territorios. Este análisis permite identificar condiciones internas y externas que pueden favorecer o limitar los procesos pedagógicos, de posicionamiento y de transformación cultural que acompañan a las mujeres, los hombres y las organizaciones productivas en proceso de reincorporación.

Las fortalezas y oportunidades evidencian las capacidades existentes en las comunidades, así como las dinámicas territoriales que facilitan la promoción del cuidado como una práctica colectiva y corresponsable. Por su parte, las debilidades y amenazas permiten reconocer los retos socioculturales, organizativos y territoriales que deben considerarse para asegurar que la implementación del componente sea pertinente, accesible y sostenible.

En conjunto, este análisis orienta la toma de decisiones del plan de comunicaciones, asegurando que los mensajes, las acciones pedagógicas y las actividades comunitarias respondan a las realidades del territorio y al trabajo con las mujeres, los hombres y las organizaciones productivas participantes. Con ello, la estrategia fortalece la participación, acompaña los procesos de aprendizaje y contribuye a consolidar prácticas de cuidado más equitativas dentro de las comunidades acompañadas por la ARN.

1. Debilidades

- Imaginarios tradicionales sobre el rol de cuidado

Persisten concepciones culturales que asignan a las mujeres la mayor parte de las tareas de cuidado. Estas ideas limitan la corresponsabilidad y afectan la redistribución equitativa del tiempo y las responsabilidades en las familias, organizaciones y comunidades.

- Brechas en la comprensión y apropiación de las 3R

El anexo técnico reconoce que la comprensión de las 3R (reconocer, redistribuir y reducir) requiere fortalecimiento pedagógico. Aunque son un eje central del componente, su aplicación práctica aún es limitada en algunos territorios, por lo que es necesario reforzar procesos que permitan su apropiación real y sostenida.

- Limitaciones de tiempo y capacidades organizativas

Algunas organizaciones productivas enfrentan restricciones de tiempo, carga laboral o recursos, lo que puede afectar su disponibilidad para participar en actividades pedagógicas, comunitarias o de transformación cultural.

- Acceso desigual a información y recursos pedagógicos

Los territorios presentan condiciones distintas de conectividad, recursos y espacios disponibles. Estas brechas pueden influir en la velocidad y profundidad con la que se apropia el componente de Cuidado.

2. Oportunidades

- Interés de mujeres en fortalecer liderazgo y autocuidado

El enfoque de género del componente evidencia la motivación de muchas mujeres por fortalecer capacidades de liderazgo, autocuidado y participación comunitaria. Esta disposición favorece la apropiación del cuidado como práctica colectiva.

- Existencia de espacios comunitarios que facilitan el diálogo y la participación

Los lineamientos del componente contemplan la realización de actividades en territorio, lo que confirma la disponibilidad de espacios comunitarios para el encuentro, la conversación y el aprendizaje. Estos lugares ofrecen condiciones favorables para promover reflexiones colectivas sobre el cuidado y para fortalecer la participación de mujeres, hombres y organizaciones productivas.

- Integración del cuidado en procesos productivos

Las organizaciones productivas acompañadas cuentan con dinámicas internas que permiten incorporar prácticas de cuidado, lo que fortalece la sostenibilidad del proceso y promueve ambientes laborales más equitativos y corresponsables.

- Redes locales que apoyan los procesos territoriales

La ARN trabaja en articulación con actores locales, institucionales y comunitarios. Estas redes territoriales facilitan la difusión de información, la participación en las actividades y el acompañamiento a las comunidades durante el proceso.

FORTALEZAS

- Participación activa de mujeres, hombres y organizaciones en reincorporación

La participación de mujeres, hombres y organizaciones productivas en proceso de reincorporación constituye una base sólida para la implementación del componente de Cuidado. El anexo técnico señala que estas organizaciones cuentan con procesos comunitarios y productivos en marcha, lo que facilita la apropiación de prácticas corresponsables y la realización de actividades pedagógicas en los territorios.

- Reconocimiento territorial y experiencia de la ARN

La ARN tiene una presencia consolidada y experiencia acumulada en acompañamiento territorial, lo cual facilita la articulación institucional y comunitaria. Esta trayectoria permite que las iniciativas de cuidado se implementen con legitimidad, continuidad y confianza por parte de las comunidades.

- Integración de enfoques de género y cuidado

El anexo técnico establece los enfoques de género, diferencial y de cuidado como principios orientadores del componente. Esta integración garantiza que las acciones pedagógicas y comunicativas respondan a criterios de equidad, participación segura y comprensión de las dinámicas específicas que viven mujeres y hombres en reincorporación.

AMENAZAS

- Resistencias culturales frente a cambios en los roles de cuidado

Algunas prácticas culturales tradicionales pueden dificultar la redistribución del cuidado y limitar la apertura hacia nuevas formas de corresponsabilidad en los hogares y las organizaciones.

- Condiciones territoriales que afectan la continuidad del proceso

Factores como distancias, movilidad, clima o situaciones locales pueden influir en la asistencia y desarrollo de actividades comunitarias y pedagógicas.

- Sobrecarga de responsabilidades en mujeres

Las mujeres en proceso de reincorporación suelen asumir múltiples responsabilidades simultáneamente (domésticas, productivas y comunitarias), lo cual puede reducir su disponibilidad para participar en procesos formativos.

- Dificultades de articulación por la coincidencia de agendas

Los territorios reúnen diversos actores institucionales y comunitarios con agendas propias. Esta multiplicidad de prioridades puede dificultar la coordinación y programación de actividades del componente.

5. Matriz DOFA digital



La Matriz DOFA Digital nos permite analizar las condiciones actuales de los activos digitales institucionales y su capacidad para potenciar la comunicación de la estrategia. Si bien el convenio prioriza el trabajo territorial y pedagógico, conocer el estado de los canales digitales aporta información clave para asegurar coherencia entre lo institucional y lo comunitario.

Este análisis identifica qué formatos predominan, cómo se están utilizando los canales y qué aspectos pueden fortalecerse para mejorar la claridad y consistencia de los mensajes. Estos insumos permiten tomar decisiones más informadas sobre el uso estratégico de los canales digitales cuando sea necesario, potenciando la efectividad de la Matriz DOFA Comunicacional y fortaleciendo la alineación narrativa del componente de Cuidado.

Para llevar a cabo este análisis, se revisó la cuenta oficial de Instagram y Facebook de la Agencia para la Reincorporación y la Normalización – ARN, evaluando el rendimiento de los últimos posts publicados en una franja de tiempo de 90 días, así como el comportamiento de la audiencia y el engagement generado. Además, se analizaron las tendencias e indicadores de la página web, identificando picos de interés y oportunidades de posicionamiento. Este enfoque combinó métricas internas de redes sociales con datos externos de interés digital para obtener una visión integral del estado actual de la comunicación.

- **Instagram:** https://www.instagram.com/arncolombia/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/ARNColombia/
- **Web:** https://www.reincorporacion.gov.co/es

1. **Debilidades:**

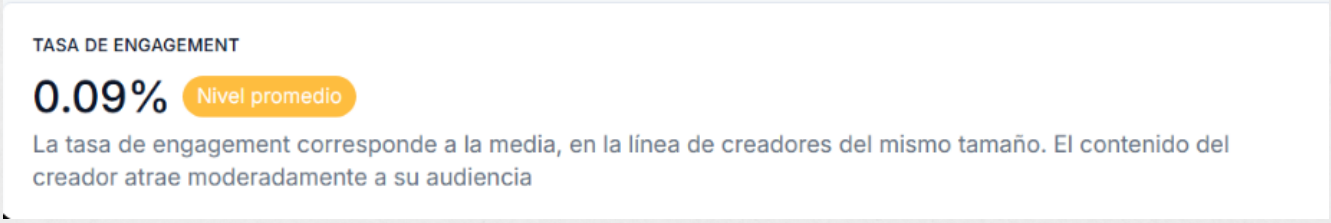
- **Alcance por publicación limitado:**

Las publicaciones llegan, en promedio, solo a un 2.32% estimado de los seguidores (un alcance de 290-870), lo que indica una baja visibilidad habitual. Esto obligará a priorizar los formatos de mayor alcance (Reels) y optimizar los horarios de publicación para romper esta barrera.



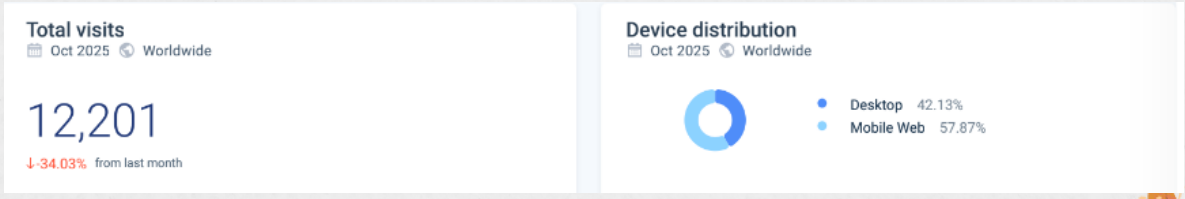
- **Tasa de engagement general baja:**

El engagement promedio por publicación de la cuenta es estructuralmente bajo (0.09%), con un promedio de 23 "me gusta" y 1 comentario. Esto sugiere que el contenido no está logrando conectar, requiriendo un giro hacia formatos más interactivos (carruseles, encuestas) y llamados a la acción claros para fomentar la conversación.



- **Tráfico web bajo y en descenso:**

El volumen total de visitas al sitio es bajo y presenta una tendencia negativa en el último mes. Esta caída hace crucial la activación de canales de referidos (especialmente Redes Sociales y LinkedIn) para revertir la tendencia y diversificar las fuentes de adquisición.



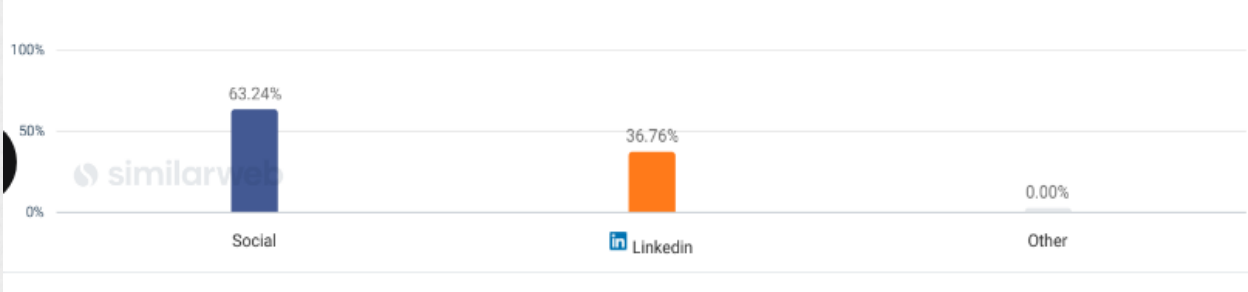
2. **Oportunidades:**

- **Convertir visibilidad en comunidad:**

  Capitalizar el pico masivo de impresiones de este período para implementar una estrategia de conversión, ya que el crecimiento de seguidores ha sido bajo. Esto requiere añadir llamados a la acción (CTA) claros en los Reels y optimizar la biografía y los destacados para dar a los nuevos visitantes una razón clara para seguir la cuenta.

- **Priorizar el canal B2B (LinkedIn):**

  LinkedIn genera el 36.76% de todo el tráfico social al sitio web, demostrando una audiencia profesional e institucional de alto valor. Se debe crear una línea de contenido específica para este canal, adaptando los mensajes institucionales y pedagógicos para capitalizar esta audiencia que ya demuestra un alto interés.



- **Mejorar engagement con interactividad:**

  Dar protagonismo a formatos como los Carruseles para complementar el alcance masivo de los Reels. Esto es clave para equilibrar la estrategia de alcance (vistas) con una de lealtad (comunidad), fomentando la conversación y combatiendo la baja tasa de engagement.

- **Optimización del embudo Móvil:**

  Existe una oportunidad clara para diseñar una estrategia de navegación fluida, dado que el 57.87% del tráfico web ya proviene de dispositivos móviles. Se debe aprovechar la comodidad del smartphone para que el 'link in bio' no sea un punto final, sino un puente que invite a los usuarios a profundizar en el contenido de la web y luego regresar a las redes para comentar o compartir, creando un ecosistema de contenido unificado entre plataformas.



3. **Fortalezas**

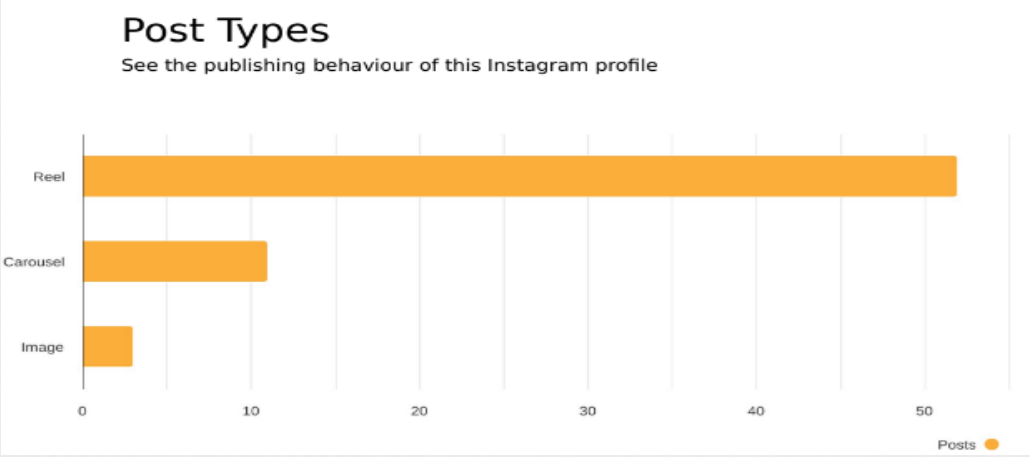
- **Base de seguidores sólida y en crecimiento:**

  Posee una comunidad consolidada de 28 mil seguidores, la cual está respaldada por una excelente tasa de crecimiento anual histórica del 79.91%. Esta combinación de tamaño y crecimiento probado crea una plataforma de lanzamiento ideal para nuevas narrativas, asegurando una audiencia base que ya ha demostrado interés en la temática.



- **Dominio del formato Reel:**

  Se ha adoptado con éxito el formato de mayor alcance, siendo los Reels el 78% del contenido. Esto no es solo una táctica, sino una capacidad operativa demostrada, lo que elimina la curva de aprendizaje y permite ejecutar la estrategia de storytelling audiovisual de inmediato.



- **Fuerte posicionamiento SEO:**

  El principal activo del sitio web es su tráfico orgánico, que representa el 58.65% de todas las visitas. Esto indica una autoridad temática consolidada ante los motores de búsqueda, lo que reduce el costo de adquisición de tráfico y crea una base sólida para el contenido pedagógico de la nueva estrategia.



- **Engagement en pico histórico:**

  En el último período, el engagement total creció de forma positiva y de igual formal las impresiones. Esto demuestra que podríamos aprovechar el contenido actual que resuena y actuar de inmediato para optimizar y direccionar estrategia.

- **Audiencia web altamente comprometida:**
  Los visitantes que llegan al sitio web demuestran un interés profundo, con un promedio de 4.34 páginas vistas por visita y un tiempo de permanencia de 01:39 minutos. Esto valida que el contenido de la web es relevante y de calidad, confirmando que el sitio es un destino final efectivo para los llamados a la acción desde redes sociales.

4. Amenazas

- **Disminución del interés o participación de la audiencia:**
  Las dinámicas propias de los territorios, los cambios en hábitos de consumo digital o la saturación de información pueden reducir la interacción con los contenidos y limitar el alcance de los mensajes.
- **Cambios en los algoritmos de las plataformas sociales:**
  Que pueden afectar el alcance, la interacción y la efectividad de las estrategias actuales sin previo aviso.

6. Público objetivo

El plan de Comunicaciones de la Estrategia de Cuidado prioriza a las personas y colectivos que viven directamente los procesos de reincorporación y cuidado, principalmente las mujeres firmantes, los hombres en proceso de reincorporación y las organizaciones productivas que hacen parte del convenio, seguidos por los actores institucionales y aliados que acompañan, validan o difunden las acciones.

6.1 Públicos principales

a. Mujeres firmantes del Acuerdo de Paz y en proceso de reincorporación

- Son el núcleo central de la estrategia, protagonistas de las acciones de cuidado, líderes en sus organizaciones y referentes comunitarias.
- Han sostenido históricamente las labores de cuidado no remunerado y son portadoras de saberes, experiencias y redes solidarias.
- **Rol comunicativo:** Ser voceras del cambio, compartir sus historias y visibilizar las transformaciones que promueve la corresponsabilidad y la redistribución de las cargas de cuidado.
- **Objetivo comunicativo:** Reconocer su papel, fortalecer su liderazgo y promover su participación activa en la toma de decisiones y en la comunicación de la estrategia.

b. Hombres firmantes y sus familias

- Participan activamente en el proceso de reincorporación y son actores clave para la construcción de masculinidades cuidadoras.
- Su involucramiento en las tareas de cuidado transforma las dinámicas familiares, laborales y comunitarias.
- **Rol comunicativo:** Apropiarse del mensaje del cuidado como corresponsabilidad colectiva, compartir experiencias y servir de ejemplo en sus comunidades.
- **Objetivo comunicativo:** promover cambios culturales que impulsen la equidad, la empatía y el reconocimiento del cuidado como valor social.

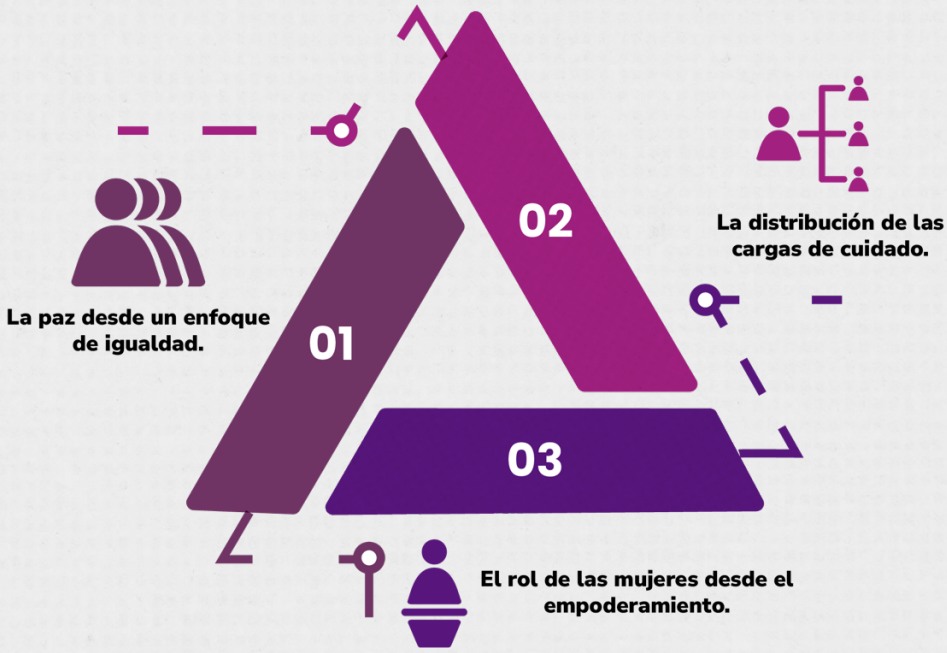
c. Organizaciones productivas en reincorporación

- Son espacios donde se articulan el trabajo, la economía solidaria, la convivencia y las prácticas de cuidado.
- Representan el escenario donde las 3R del cuidado (reconocer, redistribuir y reducir) pueden ponerse en práctica de forma tangible.
- **Rol comunicativo:** Difundir buenas prácticas, mostrar resultados y servir de plataforma para compartir aprendizajes entre territorios.
- **Objetivo comunicativo:** Fortalecer las capacidades colectivas para integrar el cuidado en la gestión organizativa y en las relaciones laborales.

d. Comunidades receptoras y vecinas

- Poblaciones que comparten territorio con las y los firmantes del Acuerdo.
- Su participación es esencial para generar confianza, reducir estigmas y consolidar la paz cotidiana.
- **Rol comunicativo:** Reconocer el cuidado como una acción colectiva que fortalece la convivencia y el tejido social.
- **Objetivo comunicativo:** Fomentar empatía, inclusión y respeto mutuo en torno al cuidado y la reconciliación.

7. Línea narrativa y enfoque comunicativo



La Estrategia de Comunicaciones del componente de Cuidado – ARN se construye desde una narrativa que reconoce el papel esencial de las mujeres en proceso de reincorporación y afirma que la paz solo avanza de manera plena cuando ellas participan en igualdad de condiciones. Bajo este enfoque, el cuidado se entiende como una práctica compartida que transforma las relaciones, reduce desigualdades y fortalece la vida comunitaria.

El eje narrativo se apoya en el storytelling y en la fuerza de las historias que nacen del territorio. Este enfoque permite contar experiencias reales y simbólicas donde mujeres y hombres muestran cómo se vive el cuidado en la cotidianidad. Las narrativas se presentan desde escenas cercanas que reflejan la importancia de redistribuir responsabilidades, reconocer las cargas y construir ambientes donde el bienestar sea una tarea común. Así, cada relato se convierte en una oportunidad para conectar emocionalmente, enseñar conceptos clave y mostrar que los pequeños gestos pueden transformar vínculos y entornos completos.

Esta línea narrativa también integra los insights y expresiones que se recogerán en los espacios participativos. Los talleres, diálogos y actividades comunitarias permitirán identificar formas de nombrar el cuidado, percepciones territoriales y experiencias que alimentan el componente conceptual. Incluir estas voces garantiza que los mensajes no surjan únicamente desde un ejercicio de escritorio, sino desde la manera auténtica en que las comunidades comprenden, valoran y practican el cuidado.

Dentro de este marco, los mensajes clave se estructuran a partir de tres ideas que orientan la comunicación y que fortalecen la coherencia con los lineamientos del convenio. En primer lugar, se promueve la paz desde un enfoque de igualdad, lo que implica reconocer que mujeres y hombres deben contar con las mismas oportunidades y condiciones para participar en los procesos de reincorporación. En segundo lugar, se resalta la importancia de distribuir las cargas de cuidado de manera justa, con el fin de fomentar la corresponsabilidad en hogares, organizaciones y comunidades. En tercer lugar, se reconoce el rol de las mujeres desde el empoderamiento, destacando su liderazgo, sus saberes y su capacidad para impulsar transformaciones culturales en los territorios.

7.1 Mensaje sombrilla

Un mensaje sombrilla es la idea central que articula, inspira y orienta toda la estrategia de comunicaciones. Es importante aclarar que no es un eslogan ni una frase publicitaria, si no el concepto guía que resume el espíritu de la campaña y que se expresa, de manera directa o indirecta, en cada pieza, contenido o acción comunicativa.

Su función es:

- Asegurar coherencia narrativa en todos los canales.
- Ofrecer un hilo conductor para el storytelling.
- Facilitar la comprensión del propósito de la estrategia.
- Servir como referencia para la construcción de verbatims y mensajes secundarios.

A partir del análisis del anexo, del enfoque de cuidado y de la línea pedagógica de la ARN, se plantean tres propuestas de mensaje sombrilla que se componen de una base emocional y una racional.

7.2 Propuestas de mensaje sombrilla

Opción 1 — Cuidarnos cambia la historia

Racional: El cuidado compartido impulsa transformaciones reales en los procesos de reincorporación. Cuando las responsabilidades se distribuyen entre hombres y mujeres en igualdad de condiciones, se fortalecen los vínculos familiares, se previenen riesgos y se consolidan proyectos de vida estables en los territorios.

Emocional: Cuidarnos es reconocer que todas las personas merecen apoyo, tiempo y oportunidades. Cuando las mujeres no cargan solas con el cuidado, su autonomía crece y sus decisiones se vuelven más poderosas. Cuidarnos cambia la historia porque dignifica, equilibra y abre caminos para seguir avanzando.

Opción 2 — El cuidado se comparte, se aprende y se transforma

Racional: El cuidado surge en comunidad. Compartirlo reduce brechas, aprenderlo fortalece capacidades y transformarlo genera entornos más justos para las mujeres en proceso de reincorporación. Esta secuencia contribuye a la convivencia, a la corresponsabilidad y al desarrollo de relaciones equitativas en los hogares y territorios.

Emocional: Cuando el cuidado deja de ser una carga exclusiva y se convierte en una responsabilidad común, las mujeres pueden decidir con más libertad, energía y estabilidad. Allí nace una transformación que se siente en las familias, en las comunidades y en la forma en la que construimos paz desde lo cotidiano.

Opción 3 — La paz avanza cuando el cuidado es responsabilidad de todos

Racional: La construcción de paz se sostiene en acciones colectivas. Cuando el cuidado se distribuye entre todas las personas, se reducen desigualdades, se fortalecen los vínculos familiares y se generan condiciones para avanzar en igualdad. Para las mujeres en reincorporación, esta corresponsabilidad representa un camino más seguro, más estable y más justo en su vida.

Emocional: La paz avanza cuando ninguna mujer camina sola. Cuando las tareas del cuidado se equilibran, ellas pueden liderar, crear y proyectarse con mayor fuerza.

7.3 Verbatims iniciales

Los verbatims son frases cortas que traducen el mensaje sombrilla en expresiones claras y aplicables en las piezas de comunicación. Su función es mantener coherencia narrativa, reforzar la participación de las mujeres en igualdad de condiciones y promover una cultura del cuidado entendido como responsabilidad compartida.

Estos verbatims no reemplazan el mensaje sombrilla. Lo despliegan en expresiones que facilitan la creación de copys, guiones, ilustraciones, recursos pedagógicos y piezas de incidencia. Además, serán enriquecidos durante los talleres y diálogos territoriales, para asegurar que reflejan cómo las mujeres y las comunidades entienden y viven el cuidado.

A partir del enfoque técnico, del análisis pedagógico y de la centralidad de las mujeres en los procesos de reincorporación, se plantean los siguientes verbatims iniciales:

- El cuidado compartido fortalece la vida y la paz.
- Cada gesto de corresponsabilidad abre oportunidades para las mujeres.
- La igualdad avanza cuando distribuimos el cuidado entre todas y todos.
- Cuando participamos en el cuidado, crece el bienestar y la autonomía.
- La paz crece cuando las mujeres pueden decidir, liderar y ser cuidadas en igualdad.

Estos verbatims se integran a los tres momentos narrativos de la estrategia que son sensibilizar, comprender y transformar de esta manera mantienen coherencia con las 3R del cuidado (reconocer, redistribuir y reducir). Su organización responde a la premisa central de que la paz solo es posible cuando las mujeres participan en igualdad de condiciones y cuentan con las mismas oportunidades para decidir, liderar y avanzar.

a) Sensibilizar

Este momento busca conectar emocionalmente con las personas. Las piezas representan momentos donde mujeres y hombres comparten el cuidado de manera real y cotidiana, destacando que la igualdad es la base de una paz sostenible.

Verbatims asociados

- El cuidado compartido fortalece la vida y la paz.
- Reconocer el cuidado es reconocer a las mujeres y su liderazgo.
- Cuidar es tarea de todas y todos, no solo de ellas.
- Cuando el cuidado se distribuye, las mujeres avanzan.
- Cada gesto de corresponsabilidad abre oportunidades para las mujeres.

El propósito es despertar empatía, equilibrio y reconocimiento del rol transformador de las mujeres.

b) Comprender

Esta etapa transita de la emoción al entendimiento. Se explican las 3R del cuidado desde ejemplos concretos, enfatizando cómo la distribución equitativa de las tareas permite que las mujeres participen plenamente en la vida comunitaria, productiva y familiar.

Verbatims asociados

- Reconocer, redistribuir y reducir equilibran el cuidado y amplían la participación de las mujeres.
- La igualdad avanza cuando distribuimos el cuidado entre todas y todos.
- Compartir el cuidado permite que las mujeres lideren con libertad.
- Las masculinidades cuidadoras fortalecen hogares y comunidades.
- Cuando participamos en el cuidado, crece el bienestar y la autonomía.

El propósito es fortalecer capacidades para la corresponsabilidad y la igualdad.

c) Transformar

En este momento se muestran los cambios reales que emergen cuando el cuidado se distribuye equitativamente. Se resaltan historias de mujeres en reincorporación, organizaciones productivas y comunidades que han logrado transformar su dinámica gracias a la corresponsabilidad.

Verbatims asociados

- El cambio comienza cuando el cuidado se vuelve responsabilidad de todos.
- La paz crece cuando las mujeres pueden decidir, liderar y ser cuidadas en igualdad.
- Organizar el tiempo y el trabajo para cuidar mejor es construir bienestar.
- Las organizaciones que cuidan son comunidades que crecen juntas.
- El cuidado no es solo de las mujeres, es una práctica que construye un futuro más justo.

El propósito es inspirar acción, evidenciar resultados y mostrar que la igualdad es indispensable para una paz duradera.

7.4 Tono narrativo

El tono narrativo de la estrategia equilibrará pedagogía, cercanía y humanidad, manteniendo coherencia con los enfoques transversales del proyecto y con la forma en que las comunidades viven el cuidado en sus territorios. Busca construir una voz que enseñe sin imponer, que acompañe sin juzgar y que conecte desde la experiencia cotidiana, reconociendo la diversidad cultural, emocional y social de las personas participantes.

Este tono integra tres dimensiones que se complementan entre sí. La dimensión pedagógica permite explicar conceptos como las 3R del cuidado, la corresponsabilidad y las masculinidades cuidadoras de forma clara y accesible. La dimensión emocional incorpora empatía, reconocimiento y sensibilidad frente a las realidades locales, resaltando el valor de los gestos cotidianos y las historias que sostienen la vida comunitaria. La dimensión comunitaria asegura que la narrativa se construya desde las voces territoriales y las experiencias de mujeres, hombres y organizaciones productivas, reforzando la idea de que el cuidado es una práctica compartida.

El tono narrativo integrará también el enfoque territorial, adaptando referencias culturales, colores, símbolos y formas de representación que conecten con cada región de manera respetuosa y auténtica. Las piezas deben sentirse cercanas a las comunidades y reflejar sus prácticas, expresiones y formas de relacionarse, evitando idealizaciones o estereotipos.

De esta manera, la estrategia mantendrá una comunicación clara, humana y significativa, capaz de movilizar reflexión y acción alrededor del cuidado, y completamente alineada con las directrices de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la ARN. Esta articulación garantiza coherencia institucional, fortalece el posicionamiento del componente de Cuidado y asegura que todos los mensajes se integren a la narrativa general que la entidad desarrolla a nivel nacional.

7.5 Estrategia de contenidos

Tipo de contenido	Porcentaje aproximado	Finalidad
Educativos / pedagógicos	40%	Explicar las 3R del cuidado, promover la corresponsabilidad, fortalecer masculinidades cuidadoras y ampliar la participación de las mujeres en igualdad de condiciones.
Experienciales	40 %	Contar historias reales o recreadas mediante ilustraciones y animaciones que reflejen prácticas de cuidado compartido, visibilicen el liderazgo de las mujeres y muestren transformaciones en la vida cotidiana, familiar y laboral.
Promocionales / institucionales	20 %	Difundir actividades, resultados y avances del ARN y sus aliados, garantizando coherencia institucional, visibilidad del proceso y una narrativa alineada con la igualdad, la corresponsabilidad y el empoderamiento de las mujeres.

La Estrategia de Comunicaciones adopta una estructura basada en el embudo comunicativo, un modelo que ordena los mensajes de forma progresiva. Primero se sensibiliza, luego se profundiza en la comprensión y finalmente se invita a la acción y la transformación. Este enfoque permite que las audiencias avancen de la emoción al entendimiento y del entendimiento a la práctica.

Para asegurar que este proceso funcione de forma equilibrada, se definió una distribución porcentual de contenidos que establece el peso, la intención y la función comunicativa de cada tipo de pieza dentro del plan. Estos porcentajes no solo orientan la producción, sino que garantizan la coherencia narrativa del ciclo “Sensibilizar – Comprender – Transformar”.

El **40 %** se destina a contenidos educativos, que fortalecen la comprensión del cuidado como práctica colectiva, explican las 3R y ofrecen herramientas para la corresponsabilidad. El **40 %** se orienta a contenidos experienciales, que narran vivencias, aprendizajes y transformaciones mediante ilustraciones y animaciones que facilitan la identificación con el mensaje. El **20 %** corresponde a

contenidos promocionales e institucionales, que aseguran visibilidad, articulación con la ARN y difusión de actividades y avances del proceso. Esta combinación mantiene una comunicación sostenida, clara y coherente, donde la educación moviliza, la experiencia inspira y la promoción consolida los avances de la Estrategia de Cuidado. Esta estructura también contribuye a resaltar la participación de las mujeres en igualdad de condiciones y a promover la redistribución del cuidado como base para una paz más justa y sostenible. Este esquema también refuerza la participación de las mujeres en igualdad de condiciones y promueve la redistribución del cuidado como base para una paz más justa y sostenible, en coherencia con los lineamientos definidos por la ARN.

8. Enfoques transversales

La Estrategia de Comunicaciones del componente de Cuidado – ARN se apoya en enfoques transversales que aseguran que cada acción comunicativa refleje los principios de inclusión, equidad y respeto definidos por la entidad. Estos enfoques atraviesan todo el plan y se reflejan tanto en los mensajes como en la forma de producir, difundir y representar el contenido. De esta manera, la comunicación se convierte en una herramienta pedagógica y ética que reconoce la diversidad de las personas, los territorios y las formas de vivir el cuidado y garantiza que la participación de las mujeres se refleje en igualdad de condiciones en todas las piezas y narrativas.

8.1 Enfoque de género y masculinidades cuidadoras

Este enfoque orienta la estrategia hacia la equidad entre mujeres y hombres. Reconoce que las tareas de cuidado han recaído históricamente sobre las mujeres y busca visibilizar ese desequilibrio, promoviendo su reconocimiento y la participación activa de los hombres en la corresponsabilidad del cuidado. Los contenidos se construirán con lenguaje incluyente y representaciones equilibradas. A través de ilustraciones y animaciones se mostrarán ejemplos de cooperación, empatía y apoyo mutuo en el hogar, en las organizaciones productivas y en las comunidades. El mensaje que guía este enfoque es claro y constante: el cuidado no tiene género, es una práctica compartida que fortalece a todas las personas y amplía la autonomía y el liderazgo de las mujeres en los procesos de reincorporación.

8.2 Enfoque territorial

El cuidado se expresa de manera distinta en cada lugar y esta estrategia busca respetar esa diversidad. Cada mensaje debe reflejar las particularidades culturales, sociales y geográficas de los territorios donde la ARN desarrolla su labor. Las piezas se adaptarán al lenguaje, los colores y los símbolos de cada región, mostrando la vida local y las realidades de las comunidades en proceso de reincorporación. Las ilustraciones y animaciones se inspirarán en estos contextos para mantener cercanía y autenticidad. El enfoque territorial asegura que el mensaje del cuidado surja desde los territorios y no se imponga sobre ellos, fortaleciendo la construcción de convivencia en cada comunidad.

8.3 Enfoque diferencial

Este enfoque garantiza que la estrategia reconozca la diversidad de las personas y sus condiciones de vida. Se tendrá en cuenta la edad, la identidad de género, la orientación sexual, la pertenencia étnica, la situación de discapacidad y el contexto socioeconómico de las comunidades participantes.

Los contenidos se elaborarán con un lenguaje accesible y respetuoso, usando recursos visuales que representen la pluralidad del país. Las ilustraciones y animaciones mostrarán mujeres rurales, hombres jóvenes, personas mayores, comunidades étnicas, familias diversas y personas con discapacidad, de modo que todas puedan verse reflejadas en los mensajes. El cuidado se entiende como un derecho y una responsabilidad que pertenece a todas y todos.

8.4 Enfoque de acción sin daño

Cada acción comunicativa debe construirse desde el respeto y la responsabilidad.
El principio de acción sin daño orienta el trabajo para que los mensajes no expongan ni revictimicen a las personas participantes.

Antes de producir o difundir cualquier contenido, se revisará que las historias o representaciones contadas mediante ilustraciones o animaciones, sean tratadas con sensibilidad. Las piezas deben transmitir dignidad, orgullo y esperanza, evitando reforzar estereotipos o situaciones de vulnerabilidad. Este enfoque convierte la comunicación en un espacio seguro y respetuoso, donde las historias contribuyen al aprendizaje y al fortalecimiento personal y colectivo.

8.5 Enfoque de participación comunitaria

La comunicación del cuidado se construye con las personas y no solo para ellas.
Este enfoque promueve la participación activa de las comunidades en el proceso comunicativo y en la creación de los mensajes.

Se impulsarán espacios de diálogo y colaboración donde mujeres, hombres y organizaciones productivas aporten ideas, historias y símbolos locales. Las ilustraciones y animaciones se inspirarán en esas voces y realidades, generando contenidos que reflejen la identidad de cada territorio. El enfoque de participación refuerza el sentido colectivo del cuidado y lo convierte en una práctica que se aprende, se comparte y se transforma en conjunto.

9. Componentes de la estrategia

La Estrategia de Comunicaciones para la promoción del cuidado en los procesos de reincorporación se estructura a partir de tres componentes que operan de manera articulada y complementaria. Estos componentes permiten integrar la narrativa de sensibilizar, comprender y transformar con las dinámicas territoriales, los procesos pedagógicos y las acciones institucionales, asegurando que la comunicación sea clara, formativa y cercana a las realidades de las comunidades.

- El primer componente es el pedagógico, orientado a generar conciencia, reflexión y aprendizaje colectivo sobre el valor del cuidado y su redistribución equitativa. En este componente se explican las 3R del cuidado en mensajes comprensibles mediante contenidos narrativos y dinámicos, también aborda temas como masculinidades cuidadoras, autocuidado, corresponsabilidad y equidad, fortaleciendo la comprensión conceptual del cuidado y promoviendo la participación de las mujeres en igualdad de condiciones, así como su incorporación en la vida cotidiana, familiar y comunitaria.

- El segundo componente es el de difusión y visibilización, cuyo propósito es dar a conocer los avances, resultados y experiencias vinculadas a la Estrategia de Cuidado, fortaleciendo la presencia institucional y contribuyendo al reconocimiento público. Este componente integra piezas informativas y contenidos que visibilizan transformaciones sociales, culturales y organizativas, articulando su difusión con los canales institucionales y reforzando la narrativa de igualdad, corresponsabilidad y liderazgo femenino que guía el componente.

- El tercer componente es el territorial y participativo, que reconoce que el cuidado se expresa, se aprende y se transforma en los territorios. Desde este enfoque, la comunicación se concibe como una herramienta de movilización social, diálogo y fortalecimiento comunitario. Este componente impulsa la participación activa de mujeres, hombres y organizaciones productivas en la construcción colectiva del mensaje del cuidado y promueve la representación de experiencias que reflejan las prácticas, los aprendizajes y las dinámicas propias de cada territorio, visibilizando especialmente el liderazgo de las mujeres en su proceso de reincorporación y en la transformación cultural del cuidado.



10. Canales y medios

La Estrategia de Comunicaciones se implementará a través de diversos canales institucionales, digitales, comunitarios y territoriales, seleccionados según las características de los públicos y las dinámicas de los territorios. Esta organización permite que los mensajes del cuidado circulen de manera clara, accesible y culturalmente pertinente, articulando la narrativa de sensibilizar, comprender y transformar con los entornos en los que se desarrolla el proceso de reincorporación. Cada canal contribuirá a visibilizar la participación de las mujeres en igualdad de condiciones y a promover la corresponsabilidad como base del cuidado.

10.1 Canales institucionales

Estos canales garantizan coherencia con la identidad corporativa de la ARN y permiten la difusión oficial de la información. Incluyen la página web institucional, los espacios informativos, los boletines, los comunicados y demás plataformas formales de comunicación. Su función es asegurar claridad, consistencia y legitimidad en los mensajes dirigidos a ciudadanía, instituciones y aliados estratégicos, reforzando narrativas de igualdad, bienestar y corresponsabilidad en los procesos de reincorporación.

10.2 Canales digitales y redes sociales

Los canales digitales amplían el alcance de la estrategia y permiten interacción constante con diversos públicos. A través de las cuentas oficiales de la ARN en Facebook, Instagram, X y YouTube (@ARNColombia) se compartirán contenidos que fortalezcan la narrativa del cuidado, faciliten la conversación y refuercen la presencia institucional. Esta estrategia dará especial relevancia al uso de pauta en Meta, debido a su alta capacidad de segmentación, alcance territorial y efectividad comprobada en la interacción con públicos adultos y jóvenes, comunidades conectadas y audiencias estratégicas para el proceso de reincorporación. Esta decisión responde al análisis previo del desempeño digital de la ARN, donde Meta ha mostrado los mejores indicadores de visibilidad y respuesta. En estos canales se promoverán mensajes que destaquen el liderazgo de las mujeres y la distribución equitativa de las tareas de cuidado.

10.3 Medios comunitarios y alternativos

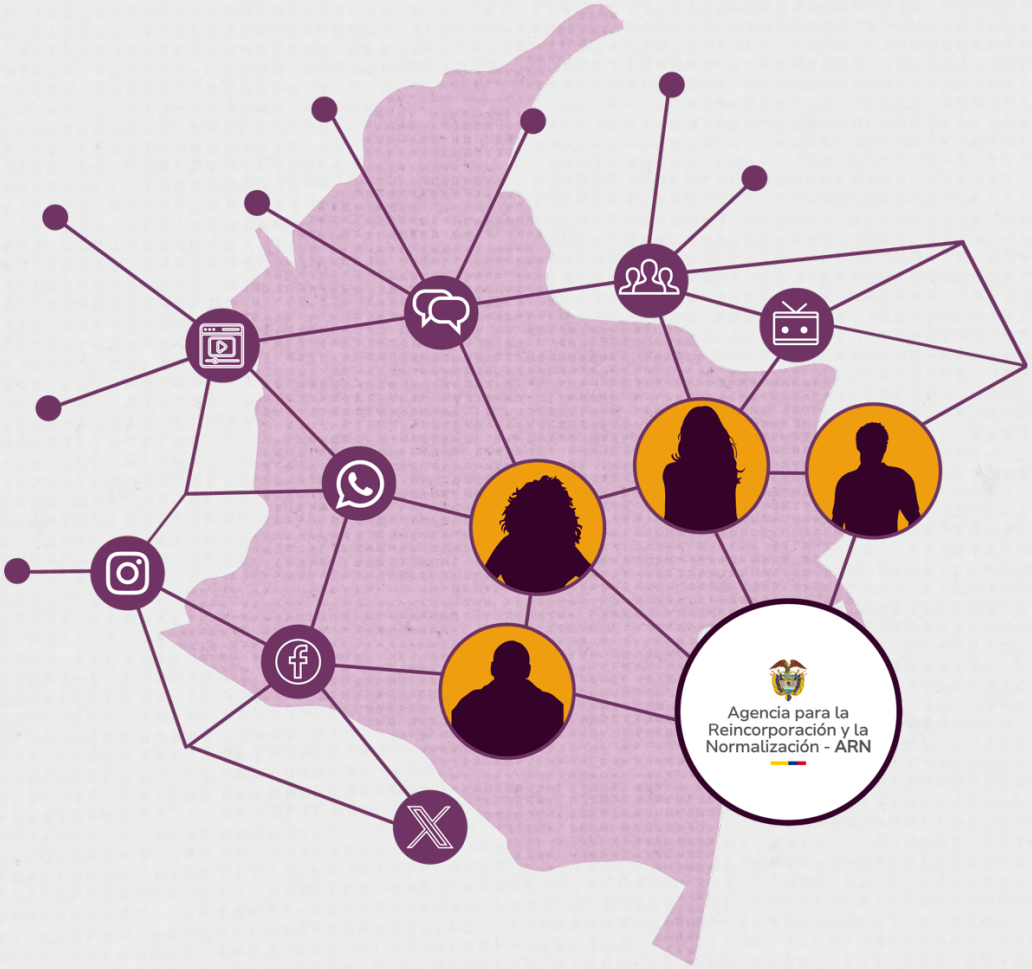
Estos medios permiten adaptar los mensajes a las dinámicas locales y facilitan su circulación en contextos comunitarios diversos. Su uso favorece la apropiación del cuidado como práctica colectiva y fortalece la conexión con territorios donde el acompañamiento comunitario es fundamental para avanzar en procesos de reincorporación y convivencia. Dentro de estos medios se incluye el uso de grupos de WhatsApp, que es el principal canal de comunicación en las comunidades y organizaciones productivas. WhatsApp permite convocar, enviar recordatorios, compartir contenidos cortos, facilitar el diálogo local y mantener una comunicación ágil y accesible entre mujeres, hombres y liderazgos territoriales. Además, permiten visibilizar experiencias reales de corresponsabilidad, liderazgo femenino y transformación cultural.

10.4 Canales presenciales y pedagógicos

Son espacios esenciales para promover reflexión, participación y construcción colectiva. Talleres, encuentros territoriales, conversatorios, actividades locales, espacios de formación y jornadas comunitarias permiten socializar la narrativa del cuidado, facilitar el diálogo y promover prácticas corresponsables entre mujeres, hombres y organizaciones productivas. Estos espacios también favorecen el reconocimiento de las mujeres como líderes y participantes activas en el proceso de reincorporación y consolidación de la paz.

10.5 Canales interinstitucionales y aliados

Estos canales facilitan la articulación con entidades públicas, organizaciones sociales, cooperantes y actores territoriales. Su uso permite ampliar el alcance de la estrategia, sumar esfuerzos y fortalecer la visibilidad del componente de Cuidado. A través de ellos se promueve una narrativa común basada en la igualdad, la redistribución del cuidado y la participación activa de las mujeres como protagonistas del proceso.



11. Contenidos de la estrategia de comunicaciones

La Estrategia de Comunicaciones organiza su producción de contenidos de acuerdo con la orientación narrativa definida en el modelo 40–40–20, que equilibra mensajes educativos, experienciales e institucionales. Esta distribución permite avanzar progresivamente en los momentos comunicativos de sensibilizar, comprender y transformar, garantizando que cada pieza cumpla una función específica dentro del proceso pedagógico y territorial y refuerce la participación de las mujeres en igualdad de condiciones.

Los contenidos se desarrollarán utilizando ilustraciones, recursos visuales y elementos narrativos que facilitan la comprensión del cuidado como práctica colectiva y contribuyen a fortalecer la participación de mujeres, hombres y organizaciones productivas en la construcción de una cultura de corresponsabilidad. Cada contenido deberá visibilizar la redistribución del cuidado, el liderazgo de las mujeres en los procesos de reincorporación y la importancia de avanzar hacia relaciones más equitativas dentro de las familias, organizaciones y comunidades.

La selección de formatos responde al comportamiento de las audiencias en redes sociales y a la necesidad de transmitir mensajes claros, dinámicos y culturalmente pertinentes en los territorios. Las ilustraciones y recursos visuales evitarán representaciones estereotipadas y reflejarán la diversidad territorial, cultural y de género, en coherencia con los enfoques transversales definidos por la ARN.

A continuación se presenta la estructura de los diez contenidos que componen la estrategia, organizados según su enfoque, función comunicativa, formato y relación con los componentes de la Estrategia de Cuidado.

Agencia para la Reincorporación y la Normalización - ARN

Contenidos integrados de la Estrategia de Comunicaciones

Contenido	Cantidad	Descripción	Formato	Momento comunicativo	Componente	Categoría 40–40–20
Cápsula pedagógica – 3R del cuidado	1	Explica las 3R del cuidado y cómo promueven igualdad.	Carrusel	Comprender	Pedagógico	40% Educativos
Comunidad que cuida	1	Muestra prácticas de cuidado comunitario que impulsan a las mujeres.	Carrusel	Transformar	Territorial	40% Experienciales
Masculinidades cuidadoras	1	Visibiliza la participación de los hombres y su impacto en el cuidado.	Carrusel	Comprender	Pedagógico / Comunitario	40% Educativos
Organizaciones que cuidan	1	Destaca cómo el cuidado transforma prácticas laborales y productivas.	Carrusel	Transformar	Territorial / Organizacional	40% Experienciales
Cuidar es construir	1	Sensibiliza sobre bienestar, comunidad e igualdad.	Imagen	Sensibilizar	Visibilización	20% Institucional
Cuidado transforma territorios	1	Muestra el impacto del cuidado en territorios, familias y proyectos productivos.	Imagen	Transformar	Territorial	40% Experienciales
Cuidado en colectivo	1	Refuerza el valor de compartir responsabilidades para transformar territorios.	Imagen	Sensibilizar	Territorial / Visibilización	20% Institucional
Cápsula pedagógica – Reconocer	1	Explica qué significa reconocer el cuidado y su impacto en la igualdad.	Reel	Comprender	Pedagógico	40% Educativos
Cápsula pedagógica – Redistribuir	1	Muestra cómo redistribuir tareas, tiempos y decisiones entre mujeres y hombres.	Reel	Comprender	Pedagógico	40% Educativos
Cápsula pedagógica – Reducir	1	Enseña acciones simples para reducir cargas emocionales, físicas y de tiempo.	Reel	Comprender	Pedagógico	40% Educativos

12. Materiales gráficos de apoyo para los talleres y actividades territoriales

Además de los contenidos definidos en la estrategia, se desarrollarán materiales gráficos de apoyo que serán utilizados en los talleres, encuentros comunitarios y actividades presenciales en los territorios. Estos insumos facilitan la participación, acompañan los procesos pedagógicos y fortalecen la experiencia de las mujeres, hombres y organizaciones productivas vinculadas a la Estrategia de Cuidado, garantizando coherencia visual y narrativa en todas las intervenciones.

12.1 Invitaciones para talleres y encuentros territoriales

Se diseñarán piezas gráficas para convocar a las personas participantes a los diferentes espacios pedagógicos y comunitarios. Estas invitaciones mantendrán la identidad visual de la Estrategia de Cuidado, incorporarán elementos gráficos cercanos a los territorios y podrán adaptarse a distintos canales de difusión, especialmente redes sociales y grupos comunitarios. Su propósito es garantizar una comunicación clara, respetuosa y accesible, incentivando la participación activa en los espacios formativos.

12.2 Diseño de los módulos formativos

Se desarrollarán plantillas gráficas para los módulos utilizados en los procesos de formación y acompañamiento territorial. Estas plantillas integran elementos visuales alineados con la narrativa del cuidado, facilitando la lectura, la dinámica de los talleres y la comprensión de los conceptos clave. Su estructura permite organizar actividades, ejercicios prácticos y contenidos pedagógicos de manera clara, atractiva y culturalmente pertinente.

12.3 Certificado de participación

Se diseñará un certificado para reconocer la participación de personas y organizaciones en las actividades formativas y territoriales. Este certificado tendrá una identidad visual coherente con la estrategia y funcionará como un elemento simbólico que destaca el compromiso, el aprendizaje y la contribución a la construcción colectiva del cuidado en los territorios.

13. Indicadores de seguimiento y KPIs de la estrategia

La Estrategia de Comunicaciones incorpora indicadores que permiten monitorear su avance general y asegurar coherencia con los objetivos pedagógicos, comunitarios y territoriales. Estos KPIs orientan el análisis del proceso y facilitan la toma de decisiones durante la implementación, considerando tanto los canales institucionales como las actividades en territorio.

13.1 Indicadores de Alcance y Visibilidad

Evalúan la circulación general de los mensajes de cuidado y la presencia de la estrategia en los distintos canales.

- Alcance general de los contenidos en medios institucionales y comunitarios.
- Reproducciones de las piezas pedagógicas y experienciales.
- Número estimado de personas alcanzadas en actividades presenciales.

13.2 Indicadores de Comprensión y Apropiación

Miden el nivel de entendimiento y resonancia de los mensajes clave asociados al cuidado y la corresponsabilidad.

- Reconocimiento de las 3R del cuidado en talleres y espacios pedagógicos.
- Percepción de claridad y utilidad de los mensajes comunicados.
- Participación activa en actividades territoriales y comunitarias.

13.3 Indicadores de Participación y Articulación Comunitaria

Permiten observar el involucramiento de mujeres, hombres y organizaciones en las acciones de cuidado impulsadas por la estrategia.

- Número de participantes en talleres y encuentros territoriales.
- Vinculación de organizaciones productivas en actividades relacionadas con el cuidado.
- Registro de prácticas de cuidado compartido identificadas en territorio.

Agencia para la
Reincorporación y la
Normalización - ARN

CORPAMUJER

