

Informe de productos comunicativos que detalle las piezas elaboradas (cantidad, tipo y temática), los medios y canales utilizados para su difusión, así como el registro de actividades o campañas implementadas, con evidencias visuales y soporte documental.

CONTRATO 1.330.19.13-18667 DE 01 DE DICIEMBRE DE 2025

Santiago de Cali, diciembre 15 de 2025

ELABORADO POR: ARGEMIRO OLMOS BOTERO

ENTREGADO A: CLAUDIA LORENA MARULANDA VALENCIA - Subsecretaria Técnica Ambiental

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Plan de Desarrollo 2024–2027 *"Liderazgo que transforma"* y en el marco del proyecto de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible "FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA Y LA EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA RESTAURACIÓN PROGRESIVA DE LA BIODIVERSIDAD Y SUS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS VALLE DEL CAUCA" se presenta la Informe de productos comunicativos que detalle las piezas elaboradas (cantidad, tipo y temática), desarrollados en cumplimiento del presente contrato. Con el propósito de aportar al FORTALECIMIENTO DE LA GOBERNANZA Y LA EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA LA RESTAURACIÓN PROGRESIVA DE LA BIODIVERSIDAD Y SUS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS VALLE DEL CAUCA, y bajo los lineamientos de la supervisión, se organizó y estructuró la información disponible para facilitar su análisis y comprensión, generando a su vez recomendaciones que contribuyan a estos propósitos.

OBJETIVO Consolidar y describir los productos comunicativos elaborados en el marco del proyecto, detallando su cantidad, tipo, temática, medios y canales de difusión, así como un registro de las actividades o campañas de comunicación implementadas, acompañados de las evidencias visuales y documentales correspondientes.

RESUMEN

La estrategia comunicativa del proyecto se enfocó en:

- Promover la educación ambiental y la valoración de la biodiversidad.
- Difundir mensajes relacionados con la restauración ecológica y los servicios ecosistémicos.
- Visibilizar las actividades ejecutadas y fortalecer la participación comunitaria.
- Generar contenidos accesibles para diversos públicos (comunidad, instituciones, jóvenes, grupos ambientales).

La producción de piezas comunicativas permitió ampliar el alcance del proyecto, facilitando la apropiación social de los resultados y la sensibilización de la población.

3. PRODUCTOS COMUNICATIVOS ELABORADOS

3.1 Resumen por cantidad y tipo

Tipo de pieza comunicativa	Cantidad	Formato	Observaciones
Afiches educativos	8	Digital / Impreso	Temáticas ambientales clave.
Infografías	6	Digital	Explicación de biodiversidad, restauración y servicios ecosistémicos.
Videos cortos	0	MP4	Registro de actividades, testimonios y mensajes educativos.
Publicaciones en redes sociales	6	Imagen / Texto / Video	Difusión amplia en plataformas institucionales.
Boletines informativos	0	PDF	Sistematización de avances y actividades.
Piezas radiales	0	Audio	Mensajes pedagógicos ambientales.
Fotoreportajes	0	Digital	Evidencias de jornadas y campañas.
Material pedagógico (guías, cartillas)	0	PDF/Impreso	Uso en talleres y procesos formativos.

(Puedo completar las cantidades cuando me indiquen los números reales.)

3.2 Temáticas desarrolladas

Las piezas comunicativas cubrieron las siguientes líneas temáticas:

- Biodiversidad y servicios ecosistémicos.
- Importancia del recurso hídrico y su conservación.
- Cambio climático y adaptación comunitaria.
- Prácticas de restauración ecológica.
- Gobernanza ambiental y participación ciudadana.

- Manejo de residuos y economía circular.
- Reconocimiento del territorio y su valor ecológico.

4. MEDIOS Y CANALES UTILIZADOS PARA LA DIFUSIÓN

4.1 Canales digitales

- Redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X/Twitter).
- Página web institucional o micrositio del proyecto.
- Grupos comunitarios de WhatsApp y canales informativos locales.
- Distribución de boletines en formato digital.

4.2 Medios tradicionales

- Emisoras comunitarias y radiales locales.
- Carteleras informativas en instituciones educativas y sedes comunitarias.
- Material impreso distribuido en talleres y campañas.

4.3 Espacios comunitarios y educativos

- Escuelas, colegios y sedes de organizaciones comunitarias.
- Jornadas ambientales y encuentros territoriales.
- Caminatas ecológicas, ferias ambientales y espacios de participación ciudadana.

5. ACTIVIDADES Y CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN IMPLEMENTADAS

5.1 Campañas ejecutadas

- 1. Campaña “Cuidar el Agua es Cuidar la Vida”**
Difusión de mensajes sobre la conservación del recurso hídrico y prácticas de uso responsable.
- 2. Campaña de Educación Ambiental y Restauración Ecológica**
Promoción de jornadas de reforestación y recuperación de zonas degradadas.
- 3. Campaña “Valoremos la Biodiversidad”**
Difusión de contenidos pedagógicos sobre fauna, flora y servicios ecosistémicos.
- 4. Campaña de Gestión Comunitaria del Territorio**
Visibilización del rol de líderes, grupos ambientales y organizaciones sociales.

5.2 Actividades de divulgación

- Publicación periódica de contenidos educativos.
- Producción de videos testimoniales de la comunidad.
- Difusión de avances del proyecto en medios comunitarios.
- Exposición de material gráfico en eventos y encuentros.
- Talleres de comunicación comunitaria para jóvenes y líderes.

6. EVIDENCIAS VISUALES Y DOCUMENTALES

El proyecto cuenta con un conjunto de soportes que certifican la producción y la difusión de los productos comunicativos:

6.1 Evidencias visuales

- Registro fotográfico de cada actividad.
- Capturas de publicaciones en redes sociales.
- Imágenes de afiches, infografías y cartillas.
- Secuencias fotográficas de jornadas ambientales, ferias y talleres.
- Tomas de video de campañas y actividades pedagógicas.

6.2 Evidencias documentales

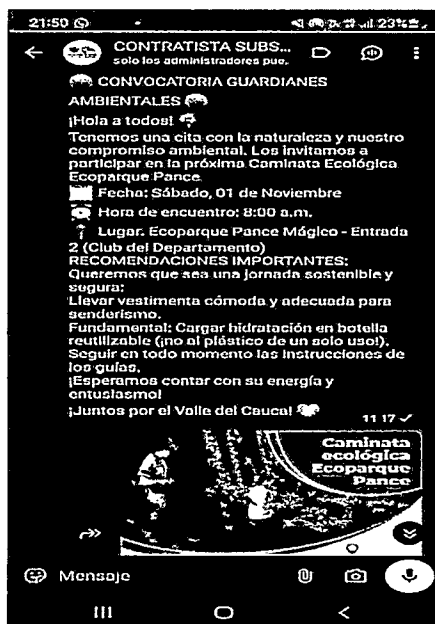
- Listas de asistencia y actas de actividades.
- Guiones y libreto de piezas radiales.
- Boletines informativos y reportes en PDF.
- Archivos editables de las piezas comunicativas.
- Enlaces y registros de publicación en medios digitales.

CONCLUSIONES

1. La producción comunicativa fortaleció la visibilidad del proyecto y permitió amplificar el alcance de los mensajes ambientales.
2. Los contenidos generados lograron sensibilizar a diferentes públicos, especialmente comunidades locales y población juvenil.
3. La diversidad de formatos (digitales, impresos, audiovisuales y radiales) facilitó una cobertura amplia y adaptada a los contextos del Valle del Cauca.
4. Las campañas de comunicación contribuyeron al fortalecimiento de la gobernanza ambiental al fomentar el diálogo, la educación y la participación comunitaria.
5. Las evidencias recopiladas demuestran la efectiva articulación entre comunicación, educación ambiental y restauración ecológica.

RECOMENDACIONES

1. Fortalecer y ampliar la estrategia comunicativa mediante contenido periódico y sostenido en redes y medios comunitarios.
2. Incorporar narrativas locales y saberes tradicionales en las piezas comunicativas para aumentar la apropiación comunitaria.
3. Consolidar un archivo digital organizado que centralice todas las piezas y evidencias del proyecto.
4. Desarrollar una estrategia audiovisual más robusta con microdocumentales y cápsulas educativas continuas.
5. Mantener campañas permanentes orientadas a la conservación del agua, la biodiversidad y la gobernanza ambiental.



Organiza:

Departamento de Valle del Cauca
Secretaría de Medio Ambiente y Recreación

CC
Comunicación Comunitaria

6 TO*

Encuentro
**Red de Viveros
Comunitarios
del Valle del Cauca**

"Fortalecimiento en Prácticas Agroecológicas"

📅 Viernes 17 de octubre de 2025

🕒 9:00 a.m.

📍 Parque Nacional Las Heliconias - Municipio de Calcedonia

📱 Insíbete aquí

Apoya:

AVC | BIODIVERSIDAD | BIODIVERS





Ecoparque Pance Mágico - Entrada 2
Club del Departamento

Sábado
01 Noviembre

Hora
8:00 a.m.

Encuentro caminata ecológica REDCUPS

- Llevar vestimenta cómoda y adecuada
- Cargar hidratación en botella de varios usos
- Seguir las instrucciones de los guías.

GOBERNACIÓN
Departamento del
Valle del Cauca



Argemiro Olmos Botero
ARGEMIRO OLMOS BOTERO
CC. 1114815806
CONTRATISTA