



Programa Regional
de Cambio Climático
de USAID



Estrategia de comunicación e incidencia política para la Mesa de Ambiente y Producción Sico Paulaya (MAPSP) Red Hondureña de Bosques Modelo

Septiembre, 2014



Mesa de Ambiente y Producción Sico Paulaya





**Programa Regional
de Cambio Climático
de USAID**



Siglas y Acrónimos

BM	Bosque Modelo
MAPSP	Mesa de Ambiente y Producción Sico Paulaya
PRCC	Programa Regional de Cambio Climático
RHBM	Red Hondureña de Bosques Modelo
RHBRP	Reserva del Hombre y la Biosfera del Rio Plátano
RIABM	Red Iberoamericana de Bosques Modelo



Contenido

1. Introducción	4
2. La Estrategia de Comunicación.....	5
2.1. Objetivos.....	6
2.2. Definición de Públicos Meta	6
2.3. Definición de Mensajes clave.....	9
2.4 Temas Clave.....	13
2.5. Definición de líneas estratégicas en relación con los medios.....	13
3. Plan de Implementación.....	15
3.1. Matriz Estratégica.....	16
3.1.1. Creación de Imagen y Medios.....	16
3.1.2. Comunicación interna.....	17
3.1.3. Relaciones Públicas.....	18
3.1.4. Promoción Directa e Incidencia.....	19
3.1.5. Promoción y Publicidad.....	20
3.2. Estructura de trabajo.....	21
3.3. Proceso de ejecución.....	21
3.4. Monitoreo y Evaluación.....	22



1. Introducción

Sin duda alguna, durante sus seis años de existencia la Mesa de Ambiente y Producción de Sico-Paulaya MAPSP ha jugado un importante papel como facilitador de procesos de concertación, gestión e implementación de varios proyectos e iniciativas que han venido a beneficiar a distintas comunidades del municipio de Sico-Paulaya. Durante el 2011 se realizaron ejercicios participativos en las jornadas de Planificación Estratégica de la MAPSP en los cuales se identificaron las fortalezas y debilidades de la organización, y en cada uno de los sectores se identificó el desconocimiento de una gran parte de la población del territorio de Iriona sobre el trabajo de la MAPSP y su conceptualización como un Bosque Modelo (BM). Por lo tanto la MAPSP enfrenta un desafío importante en términos de comunicación. Además la MAPSP tiene la necesidad de hacer un importante papel de incidencia política y de facilitación de procesos de comunicación, que le ayuden a cumplir su misión. Por esa razón, a partir de la revisión de los distintos ejes de su plan estratégico se plantea la presente “Estrategia de Comunicación e Incidencia Política” como un indicador dentro del eje estratégico No. 3, que se refiere al Desarrollo de Competencias Organizacionales y define las acciones institucionales que se asocian con la transferencia de habilidades y conocimientos a los grupos meta, al desarrollo de capacidades del personal técnico y a la potenciación de la imagen institucional de la MAPSP.

Igualmente otra gran limitante en el alcance de sus objetivos representa la escasez de fondos para la gestión, así esta estrategia de comunicación es parte de uno de los productos del Programa Regional de Cambio Climático (PRCC) que se está ejecutando dentro del Valle de Sico Paulaya desde el presente 2014, con financiamiento del

USAID en coordinación con el CATIE. Teniendo una duración de cinco años, esperamos que esta estrategia pueda ser impulsada a través de este programa de manera exitosa para que mediante su desarrollo la MAPSP pueda continuar con su importante papel de manera independiente, aun después de la finalización del PRCC.

El concepto de comunicación en el marco de esta propuesta está enfocado en todas aquellas estrategias y mecanismos que promuevan la participación y apropiación de conceptos clave asociados a la MAPSP, que de una u otra manera contribuyan a alcanzar un mayor conocimiento sobre el enfoque de gestión territorial colaborativa de BM en la región. El contenido de la presente estrategia sigue la estructura planteada en el Plan de Comunicación de la Red Iberoamericana de Bosques Modelo RIABM, que aún está en construcción.



2. La Estrategia de Comunicación

La presente estrategia se ha construido en base a proceso metodológico participativo que incluye los pasos siguientes:

- ❖ Recopilación, revisión y análisis de los documentos estratégico del BM MAPSP y otros materiales relativos al tema de comunicación e incidencia de la Red Iberoamericana de Bosques Modelo (RIABM)
- ❖ Entrevistas con miembros del Directorio de la MAPSP en el Municipio de Iriona Honduras para la definición de los objetivos de la estrategia y la identificación de la audiencias meta
- ❖ Desarrollo de un borrador preliminar de la Estrategia
- ❖ Presentación de propuesta ante el directorio de la MAPSP
- ❖ Ajuste del primer borrador
- ❖ Redacción del documento final

Además de la estrategia misma se hace énfasis en la implementación de la misma sobre los lineamientos de Monitoreo y Evaluación, para que la estrategia se vaya desarrollando a través de ellos y hacer los ajustes a su plan de Implementación sobre el tiempo a medida que más información se vaya haciendo disponible.

El uso adecuado de esta propuesta metodológica permitirá:

- ❖ Incrementar el nivel de conocimiento sobre la MAPSP a nivel general y estandarizar a nivel de sus diferentes públicos el posicionamiento estratégico de la organización.
- ❖ Organizar los procesos de comunicación internos y externos con el fin de hacer un uso más eficiente y efectivo de los mismos.
- ❖ Promover iniciativas de comunicación planificada y consistente tanto de la MAPSP como de sus miembros.
- ❖ Distribuir y generar información hacia y entre los grupos meta establecidos



2.1. Objetivos

Toda estrategia debe comenzar con que es lo que deseamos alcanzar. Así para esta estrategia partimos del análisis que ya hemos resumido en el Eje número 3 de Plan estratégico de la MAPSP y construimos nuestro objetivo general a partir del mismo.

Objetivo General

Definir los lineamientos estratégicos de comunicación que permitan posicionar la MAPSP con una imagen de capacidad, liderazgo y transparencia entre los diferentes grupos meta dentro y fuera de la organización.

Objetivos Específicos

- ✓ Asegurar un amplio conocimiento sobre la MAPSP y el enfoque de BM entre diferentes grupos de interés.
- ✓ Fortalecer los esfuerzos de comunicación de la MAPSP, enfocando las herramientas existentes hacia el objetivo de comunicación principal.
- ✓ Identificar los mensajes clave, públicos meta y acciones prioritarias para garantizar el adecuado posicionamiento de la MAPSP y del concepto de BM, dentro y fuera del territorio.
- ✓ Proponer las herramientas básicas que permitan a la MAPSP asegurar mayor homogeneidad y coherencia en sus esfuerzos de comunicación.
- ✓ Identificar los medios de comunicación necesarios que permitan una amplia divulgación de los objetivos, propuestas y resultados de la organización de manera sistemática, abriendo de esta manera una ventana de divulgación a los miembros que integran la MAPSP.
- ✓ Promover mecanismos para influenciar a diversos actores en la toma de decisiones sobre los temas prioritarios de la MAPSP.
- ✓ Definir una agenda de proyectos prioritarios a implementar por períodos específicos que fortalezcan el posicionamiento de la organización.
- ✓ Definir los mecanismos de ejecución y monitoreo para la implementación de la presente estrategia.

2.2. Definición de Públicos Meta

Una vez que hemos acordado que es lo que queremos alcanzar con nuestra estrategia, el próximo paso es entender e identificar a que gente e instituciones necesitamos llegar e impactar para que nuestro objetivo sea alcanzado.



Identificando y analizando los actores

A través de la investigación y el análisis desarrollado pudimos hacer un listado de actores clave que se convierten en nuestro grupo meta. Luego definimos como podemos impactarlos. Los resultados de este análisis se muestran en el cuadro siguiente:

Público Meta	Objetivo de Comunicación
Públicos Meta Internos	
Grupos de base, socios de la MAPSP	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un flujo constante de información sobre oportunidades, novedades, publicaciones y avances en iniciativas de la MAPSP dentro y fuera de su territorio. • Generar espacios de interacción/intercambio que permitan reflexionar y construir sobre lecciones aprendidas en la región. • Ofrecer herramientas de comunicación estandarizadas y de impacto que faciliten el trabajo de divulgación del concepto de BM a nivel local y nacional.
Instituciones socias de la MAPSP	<ul style="list-style-type: none"> • Asegurar el conocimiento básico sobre la MAPSP, sus alcances y oportunidades. • Mostrar los avances en la consolidación del enfoque de trabajo territorial, como iniciativas que contribuyen con las principales prioridades de su agenda socioeconómica y ambiental. • Mantener el interés de estas instituciones en la MAPSP asegurando su apoyo a futuro.
Públicos Meta Externos	
Decisores políticos a nivel regional y nacional (sectores medio ambiente y recursos naturales)	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar a la MAPSP como un socio clave para impulsar nuevas iniciativas territoriales o consolidar las existentes. • Mantener un flujo constante de información hacia estos actores para promover políticas sectoriales consecuentes con los objetivos que persigue los actores dentro del territorio de la MAPSP. • Posicionar a la MAPSP como fuente de consulta y referente especializado en el tema de trabajo con enfoque de BM.



Foros Nacionales sobre Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Dar a conocer a la MAPSP como una red que enlaza iniciativas que contribuyen con las principales agendas nacionales ambientales
Instituciones regionales vinculadas con recursos naturales (académicas, ONG, y otras)	<ul style="list-style-type: none">• Posicionar a la MAPSP como fuente de consulta y referente especializado en el tema de BM.• Promover alianzas estratégicas que potencien el trabajo de la MAPSP y sus socios en la región.
Comunidad donante internacional	<ul style="list-style-type: none">• Mostrar el impacto y potencial de iniciativas dentro de la MAPSP suministrando información periódica sobre temas de interés de la agenda ambiental internacional.• Posicionar a la MAPSP como una fuente confiable de captación de recursos y eficiente en su implementación.
Medios de Comunicación de alcance regional y nacional	<ul style="list-style-type: none">• Establecer relaciones de largo plazo con periodistas que cubren temas de medio ambiente, asegurando que el tema de BM se incluya en la agenda noticiosa de sus medios de comunicación.• Dar a conocer a la MAPSP como una fuente de información especializada creíble y eficiente.• Obtener el apoyo a las acciones de comunicación de la MAPSP a través de donaciones de tiempo al aire, cobertura noticias, generación de alianzas, u otros, que contribuyan a generar conciencia social sobre el valor y beneficio de las acciones que los BM impulsan.
Población en general	<ul style="list-style-type: none">• Asegurar el conocimiento básico sobre el concepto del BM, su importancia y los beneficios que le generan a la población local.• Motivar actitudes positivas hacia la MAPSP y hacia iniciativas de BM a nivel general.• Apoyar a la MAPSP en sus esfuerzos de promover participación y procesos de gobernanza a nivel local y nacional.



2.3. Definición de Mensajes clave

Nuestra estrategia de comunicación debe contener un mensaje global fuerte para mantener el carácter integrado de la misma. Si en realidad queremos influenciar los decisores debemos invertir tiempo en el desarrollo de este mensaje. Si nuestros mensajes son demasiados, dispersos o muy complejos entonces no podrían captar la atención de nuestros grupos meta ni tener un impacto verdadero y duradero.

Así esta estrategia propone la definición de mensajes claros, específicos y homogéneos, que garantice la difusión permanente de un concepto único y coherente de lo que es la MAPSP. Para esto se aprovechó los resultados de los ejercicios de identidad desarrollados durante el proceso de planificación estratégica y las entrevistas dirigidas realizadas con algunos miembros directivos de la MAPSP. Los resultados se presentan en el cuadro siguiente:

Características	MAPSP	Miembros
Identidad lo que somos, lo que hacemos	Somos un espacio que tiene como fin, debatir y concertar sobre los problemas y oportunidades con todos los sectores e instituciones.	Establecemos y fortalecemos alianzas en la gestión para incidir en la búsqueda de soluciones en el marco de la sostenibilidad.
Visión: cómo queremos que nos vean	Ser la organización líder en la concertación, gestión e incidencia en el territorio del Municipio de Irióna	Socios trabajando juntos para generar beneficios económicos, ambientales y sociales a los habitantes del Municipio de Irióna.
Valores: qué nos hace únicos	Liderazgo, responsabilidad ambiental, compromiso, transparencia, ética y justicia Trabajamos desde el 2008 Membresía actual: 31	Optimizar la inversión pública y privada, para contribuir al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales de los habitantes del Municipio de Irióna.

Habiendo enfocado los insumos de identidad, identificados durante la planificación estratégica, podemos concluir que los mensajes clave de la MAPSP deben estar enfocados en resaltar de manera consistente y permanente cuatro aspectos esenciales:

- *Capacidad de enlazar a múltiples actores con diversos intereses y capacidades, en un objetivo común*
- *Presencia en la región y trayectoria*
- *Transparencia y calidad en la gestión e implementación de proyectos*
- *Creación de oportunidades de financiamiento, capacitación e intercambio de conocimiento*



A partir de estos aspectos centrales como mensajes clave pueden proponerse:

La **MAPSP** es un espacio donde actores con diversos intereses trabajan juntos buscando soluciones e impulsando iniciativas para generar beneficios económicos, ambientales y sociales a los habitantes del Municipio de Iriona.

- La MAPSP es una organización que apoya y enlaza procesos para la gestión.
- La MAPSP tiene 6 años de trayectoria incidiendo en la búsqueda de soluciones en el marco de la sostenibilidad
- La MAPSP enlaza 31 miembros y enmarca todo el territorio del Municipio de Iriona.

La MAPSP se define como un espacio que tiene como fin, debatir y concertar sobre los problemas y oportunidades con todos los sectores e instituciones, estableciendo y fortaleciendo alianzas en la gestión para incidir en la búsqueda de soluciones en el marco de la sostenibilidad. Partiendo de esta definición, la MAPSP podría utilizar en sus esfuerzos de comunicación una frase que refleje no solo su esencia, sino también sus atributos, su valor funcional y su personalidad. La propuesta de esta frase sería:

MAPSP: vinculando los actores territoriales para generar beneficios a los habitantes de Iriona.

La definición de la Organización, de una forma práctica y el uso constante de esta definición permitirá, conforme avance el tiempo, una comunicación clara y fluida hacia los diferentes actores, evitando así las confusiones conceptuales que pueden acompañar a un proceso de comunicación no planificado.

Para los fines de una comunicación de impacto como la que se propone en este plan, es necesario procesar los mensajes clave y adaptarlos a las diferentes audiencias.

Sin duda alguna, la MAPSP enfrenta un desafío importante en términos de comunicación de buscar consistencia en el lenguaje que se utiliza frente a diferentes públicos. La MAPSP tiene necesidad de hacer un importante papel de incidencia política y de facilitación de procesos de comunicación. Por esa razón, a partir de la estructura vista de públicos meta y objetivos de comunicación, se incluye en el siguiente cuadro la recomendación de mensajes específicos por sector.



Público Meta	Mensajes Clave sobre:	
	MAPSP	Bosque Modelo
Grupos de base socios de la MAPSP	La MAPSP es una organización que facilita el vínculo entre los actores institucionales del territorio de Iriona. Nuestro principal objetivo es optimizar la inversión pública y privada, para contribuir al mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y ambientales de los habitantes del Municipio de Iriona	El BM es un enfoque de trabajo donde las personas que comparten un mismo territorio se organizan y participan para gestionar juntos sus bosques y recursos naturales.
Instituciones socias de la MAPSP	La MAPSP vincula actores que impulsan iniciativas para el buen manejo de los bosques y otros ecosistemas.	La MAPSP trabaja bajo el enfoque de Bosque Modelo para todo el territorio del Municipio de Iriona con 31 miembros.
Decisores políticos a nivel regional y nacional (sectores medio ambiente y recursos naturales)	La MAPSP vincula los actores que impulsan iniciativas para el buen manejo de los bosques y otros ecosistemas. Durante 6 años hemos impulsado y fortalecido muchas iniciativas y proyectos en el territorio de Iriona	La MAPSP es un BM donde sus miembros se organizan para gestionar juntos sus bosques y recursos naturales, a fin de alcanzar objetivos globales de reducción de pobreza y cambio climático, entre otros.
Foros Nacionales sobre Medio Ambiente	La MAPSP es una organización que vincula a 31 organizaciones públicas y privadas del territorio de Iriona y es parte de la Red Hondureña de Bosques Modelo (RHBM) que a su vez es parte de una iniciativa global que ya suma 60 sitios en todo el mundo.	Los BM son iniciativas que contribuyen con las principales agendas globales ambientales. Un BM es un territorio donde las personas se organizan y participan para gestionar juntos sus bosques y otros ecosistemas en la búsqueda de un desarrollo sostenible.
Instituciones locales y nacionales vinculadas con recursos naturales (académicas, ONG, y	La MAPSP es una instancia que vincula a 31 actores en 4,289.4 km cuadrados del municipio de Iriona. De la mano de organizaciones e instituciones como Fundación Madera Verde, el ICF, la	Un BM es un territorio donde las personas se organizan y participan para gestionar juntos sus bosques y otros ecosistemas en la búsqueda de un desarrollo sostenible. Cada uno de los



Público Meta	Mensajes Clave sobre:	
	MAPSP	Bosque Modelo
otras)	Municipalidad de Iriona generamos y promovemos el intercambio de conocimientos sobre el impacto y desafíos de los BM.	31 socios es único en sus características, pero el objetivo común de impulsar iniciativas para beneficio de las comunidades y el uso racional de los recursos naturales permiten asegurar su impacto e integración.
Comunidad donante internacional	La MAPSP es una red que enlaza a 31 socios en el territorio de Iriona. De la mano de organizaciones e instituciones como FMV, el ICF, la municipalidad de Iriona y otras, generamos y ejecutamos proyectos que aseguran un impacto a nivel local y nacional. Estos proyectos son posible con el financiamiento de proyectos y organizaciones de nivel internacional.	Un BM es un territorio donde las personas se organizan y participan para gestionar juntos sus bosques y otros ecosistemas en la búsqueda de un desarrollo sostenible. Los BM son iniciativas que promueven el desarrollo sostenible y que contribuyen con las principales agendas globales ambientales.
Medios de Comunicación de alcance regional y nacional y Población en general	La MAPSP es parte de la RHBM una iniciativa nacional que abarca 4 bosques modelo en Honduras donde se desarrollan iniciativas de desarrollo sostenible. A su vez es parte de la RIABM que abarca a 26 BM en 14 países.	Un BM es un territorio donde las personas se organizan y participan para gestionar juntos sus bosques y otros recursos naturales en la búsqueda de un desarrollo sostenible. Más de 8 millones de personas en 14 países de Iberoamérica ya forman parte de un BM.



2.4 Temas Clave

Definidos los mensajes clave podemos también complementar con una lista de temas clave, que se abordarán en la fase inicial de la implementación de esta estrategia como un mecanismo para posicionar de forma consistente a la organización ante diferentes públicos y diferentes actores:

- a) Cambio Climático y Comunidades Resilientes
- b) Servicios ambientales
- c) Gobernanza participativa
- d) Planificación y Gestión Territorial
- e) Manejo de conflictos en Bosques Modelo
- f) Sostenibilidad comunitaria

Obviamente otros temas podrán irse sumando según se vaya monitoreando los resultados de esta estrategia, alrededor de estos temas centrales, para asegurar un posicionamiento y coherencia adecuada en cualquier esfuerzo de comunicación. La divulgación específica de ellos debe ser programada en cada plan anual, de acuerdo con los ejes temáticos del Plan Estratégico, claves para cada periodo y apoyar los esfuerzos técnicos previstos por otras áreas de la MAPSP. Los temas serán claves para promover:

- Contenidos del sitio web
- Artículos para el boletín informativo radial y electrónico
- Documentos de posicionamiento
- Temas para trabajo con prensa
- Productos informativos específicos

2.5. Definición de líneas estratégicas en relación con los medios

Siguiendo las recomendaciones del diagnóstico de comunicación de la RIABM realizado entre julio y agosto del 2011, se puntualizaron algunos aspectos de este diagnóstico para las particularidades del territorio de la MAPSP. Así se proponen los medios a utilizar en este plan bajo cinco áreas de acción o líneas estratégicas a partir de las cuales se describe una serie de acciones que le dan consistencia al esfuerzo de comunicación y que pueda ser desarrollado en plan de implementación. La utilización de una mezcla óptima de medios contribuirá a que la MAPSP pueda contar con un flujo de comunicación interna que, a su vez facilite una proyección externa consistente, coherente y eficaz. Igualmente se incluye como parte de esta estrategia una línea de monitoreo y evaluación integrada en la matriz estratégica con el propósito de que los resultados de la puesta en marcha de esta estrategia puedan ir siendo revisados y mejorados en una forma sistemática.



2.4.1 Creación de Imagen y Medios

Esta categoría de actividades es de ejecución permanente, pero inicialmente se enfoca la estandarización y revisión de todos los medios de comunicación con los que cuenta actualmente la MAPSP.

2.4.2. Comunicación interna

Respecto a los grupos del público meta interno existe la necesidad urgente de llegar a un amplio número de actores locales, por esto se considera que un primer medio de comunicación clave seguirá siendo la radio. Un espacio radial representa una buena oportunidad para llegar al público dentro del territorio y divulgar todo tipo de información, pero debe ser claro, de fácil entendimiento y actualidad.

2.4.3 Relaciones Públicas

Por su parte para el público meta externo, una consideración básica en este sentido, es la necesidad de realizar esfuerzos de promoción para crear un sitio Web propio de la MAPSP. Las páginas de Internet más visitadas, son aquellas en las que se han invertido esfuerzos de promoción. El envío de correos electrónicos informando los nuevos documentos en línea, las actividades, los contenidos del sitio, serán claves para estimular las visitas y regreso de navegantes. El boletín electrónico externo deberá estar asociado a la actualización de la página web y su contenido servirá para alimentar las redes sociales.



2.4.4 Promoción Directa e Incidencia

La MAPSP debe jugar un papel importante en esta área, no solo en sus esfuerzos regionales, sino asegurando soporte y apoyo a nivel de país y a nivel local para sustentar esfuerzos de incidencia en el ámbito más cercano. En este sentido:

Esta política debe ser consistente con las directrices y actividades de comunicación e incidencia dentro del PRCC para aumentar la escala y el alcance del sitio piloto. Algunas de estas actividades serán parte de la agenda del Presidente y del Gerente de la MAPSP y puede incluir desayunos de trabajo, almuerzos, etc.

2.4.5. Promoción y Publicidad

Se refiere a la participación en los espacios públicos, en eventos y a través de campañas específicas que pueden proyectar de forma muy amplia el esfuerzo de la MAPSP por consolidar las iniciativas de sus actores en el territorio, con el fin de apoyar los socios de la MAPSP en su objetivo de divulgación amplia y sensibilización sobre el concepto y alcances de la MAPSP.

3. Plan de Implementación

La implementación de las actividades propuestas en esta Estrategia requiere del trabajo comprometido de todos los actores de la MAPSP. A continuación se presenta un conjunto de lineamientos que guiarán la realización de las actividades específicas sugeridas en esta estrategia, distribuidas a lo largo de la vida del Programa Regional de Cambio Climático (PRCC). Los ejecutores de esta estrategia podrán tomar estos lineamientos como punto de partida para elaborar su plan operativo anual.

Así se proponen los medios a utilizar en este plan según los cinco lineamientos estratégicos descritos:



3.1. Matriz estratégica

Lineamiento No. 1: Creación de Imagen y Medios			
Se enfoca la estandarización y revisión permanente de todos los medios de comunicación con los que cuenta actualmente la MAPSP.			
Acciones	Indicador	Línea Base	Meta
a. Resolver las inconsistencias y desafíos de los medios gráficos actuales.	Manual de Imagen aplicándose y actualizándose permanentemente	0	1
b. Producción y distribución de herramientas de comunicación: Presentación institucional, video de la MAPSP, Hojas informativas, trífolios,	Plan de producción y distribución de una caja de herramientas de comunicación	1 trífolio	
c. Publicación anual de una memoria de labores con elementos de producción audiovisual que la acompañen.	Memorias anuales de labores con elementos de producción audiovisual	0	5
d. Diseño y construcción de un stand genérico para la participación en ferias y eventos nacionales e internacionales	Un Stand genérico diseñado y construido	0	1
e. Consolidación de una base de datos de información y contactos claves de la MAPSP,	Base de datos siendo actualizada permanentemente	0	1
f. Creación de una base de imágenes gráficas y material audiovisual debidamente alojada en un servidor central.	Base grafica instalada y permanentemente actualizada	0	1
g. Creación del sitio web de la MAPSP	Página Web funcionando y actualizándose	0	1
h. Definición de una estrategia y perfil de participación en redes sociales	Página funcionando adecuadamente en redes sociales	0	1
i. Diseño y puesta en funcionamiento de un espacio radial	Espacio radial funcionando periódicamente y segmentado por públicos de interés.	0	1



Lineamiento No. 2: Comunicación Interna

Reconoce la necesidad urgente de ampliar la difusión del concepto de la MAPSP a los actores locales, utilizando la radio como el medio clave para llegar al público dentro del territorio y divulgar todo tipo de información, de forma clara, fácilmente entendible y actualizada.

Acciones	Indicador	Línea Base	Meta
a. Generación de un Kit de mensajes clave para los miembros locales de la MAPSP	Cuñas radiales sobre que es la MAPSP y su razón de ser.	Hay 3 cuñas actualmente en el aire	Al menos 10 cuñas renovadas
b. Elaboración de un Kit de preguntas frecuentes sobre la MAPSP y sobre el concepto de BM	Se cuenta con un set de materiales divulgativos sobre preguntas frecuentes	Existen trífolios y afiches para ser actualizados	Al menos 5 diferentes materiales
c. Diseño y puesta en funcionamiento de un espacio radial de noticias para socios locales	Grabaciones de programas radiales con entrevistas en vivo sobre experiencias exitosas dentro del territorio	0	1 programa a la semana



Lineamiento No. 3: Relaciones Publicas

Reconoce la necesidad básica de realizar esfuerzos de promoción para el público meta externo

Acciones	Indicador	Línea Base	Meta
a. Voceros oficiales hablan en nombre de la MAPSP	Un Manual de Voceros aplicándose y actualizándose permanentemente	0	1 actualizado anualmente
b. Creación de bases de datos de periodistas (regional)	Una base de datos	0	1 base de datos y registros efectivos.
c. Preparación de kits de prensa con temas y mensajes clave	Un set de materiales divulgativos sobre experiencias exitosas.	Existen algunas experiencias sistematizadas	1
d. Creación del sitio web de la MAPSP	Página Web funcionando y actualizando sus contenidos asociándolos con boletines electrónicos y redes sociales.	0	1
e. Detectar temas vigentes y oportunidades para gestionar entrevistas o publicar artículos de opinión en los medios	Un kit de preguntas clave sobre temas relevantes y actuales.	0	1
f. Buscar las mejores herramientas para gestionar espacios gratuitos en los medios.	Un plan de cobertura de medios	0	1
g. Realización de eventos de acercamiento con periodistas (Conferencias de prensa)	Número de eventos realizados para sensibilizar a otros sectores fuera de la MAPSP	0	Al menos 1 anualmente



Lineamiento No. 4: Promoción Directa e Incidencia

Desarrolla actividades para sustentar esfuerzos de incidencia en el ámbito local y regional que aseguren soporte y apoyo a nivel de país y a nivel local para sustentar apoyo a nivel de país y en consistencia con las directrices de comunicación e incidencia de la RHBM y la RIABM para aumentar la escala y el alcance del concepto de la MAPSP.

Acciones	Indicador	Línea Base	Meta
Diseño de una base de datos de actores políticos y decisores relevantes a nivel nacional y regional	Existe una base de datos funcional y actualizada	0	1
Desarrollar reuniones y visitas a autoridades municipales y nacionales relacionadas con los recursos naturales	Un Plan de visitas diseñado e implementado	0	1
Suministro de información periódica a los decisores políticos y representantes de la cooperación internacional sobre temas relevantes para la toma de decisiones	Existe una serie de documentos breves sobre temas de interés: artículos informativos, resúmenes de investigación, exitosas experiencias/historias y otros	Existen 3 experiencias sistematizadas	Al menos 5 diferentes tipos de documentos se publican cada año
Participación en eventos específicos en el marco de foros nacionales e internacionales	Numero de eventos donde se ha participado: simposios, paneles, presentación de publicaciones, exposiciones relevantes, entre otros.	Se participa anualmente en reuniones de la RIABM	Al menos 2 participaciones cada año.
Publicación a través de medios de comunicación de información relevante para públicos decisores	Número de artículos de opinión, posicionamientos o manifiestos publicados	0	Al menos 3 por año
Visitas de intercambio de experiencias para apoyar esfuerzos de incidencia política.	Número de visitas de intercambio con otros bosques modelo con actores de alto nivel: diputados, políticos, ministros, cooperantes internacionales.	0	Al menos 1 por año



Líneaamiento No. 5: Promoción y Publicidad

Se refiere a la participación en los espacios públicos, en eventos y a través de campañas específicas que pueden proyectar de forma muy amplia el esfuerzo de la MAPSP por consolidar las iniciativas de sus actores en el territorio, con el fin de apoyar los socios de la MAPSP en su objetivo de divulgación amplia y sensibilización sobre el concepto y alcances de la MAPSP.

Acciones	Indicador	Línea Base	Meta
Participación en eventos internacionales e intercambios en otras iniciativas de la RIABM	Un Plan anual de participación en eventos internacionales	0	1
Encuentros regionales con otros Bosques Modelo de la RHBM	Numero de encuentros con otros territorios de La Mosquitia y Bosques Modelo de la RHBM	Se han realizado 2 en el presente año	al menos 20 en total
Exhibición itinerante en el territorio de Iriona de fotografías con resultados del trabajo más relevante realizado por la MAPSP y sus miembros.	Numero de presentaciones de la exhibición	0	Las que estén en el calendario de celebraciones
Participación en todos los espacio de Celebraciones del Calendario Ambiental-Educativo del territorio.	Concurso de dibujo o murales con participación de poblaciones locales, promoción de eventos, producción de materiales alusivos al acontecimiento (afiches, banners, promocionales)	Se participa esporádicamente	Las que estén en el calendario de celebraciones



3.2. Estructura de trabajo

A través del apoyo actual del PRCC se puede asegurar un Gerente para la MAPSP, quien podrá dirigir y hasta cierta medida operativizar la presente estrategia. Obviamente es necesario que el gerente cuente además con apoyo de al menos otra persona encargada de comunicación que podría ser contratada a través del mismo PRCC. Además el trabajo de estas dos personas podría complementarse por voluntarios o practicantes del área de comunicación de las universidades nacionales y/o internacionales que cuenten con programas de este tipo de cooperación/intercambio, para establecer acuerdos en los que la MAPSP podría ofrecer los espacios y experiencia para prácticas profesionales. Lo anterior podrá asegurar recursos humanos para un equipo de comunicación que a su vez aseguren que la estrategia de comunicación sea vigente. Todo lo anterior sin obviar que cada miembro de la MAPSP deberá estar comprometido con su papel de estar informado y ser un vocero de la organización en todos los niveles y escenarios de la misma.

3.3. Proceso de ejecución

Desde sus inicios la MAP-SP ha estado involucrada en el desarrollo de diferentes proyectos e iniciativas a través del financiamiento de diferentes entes de la cooperación internacional, hasta ahora no ha habido fondos propios que aseguren el cumplimiento de sus planes. En este sentido, para el primer año se espera contar con los recursos financieros requeridos, de parte del programa PRCC, para iniciar las actividades que visibilicen al máximo las potencialidades de la MAPSP propuestas en esta estrategia con un enfoque de lograr el **apalancamiento de recursos financieros frescos provenientes de la ampliación de sus asociaciones actuales** y de sus redes de colaboración, que atraigan nuevos programas y recursos y aumenten la inversión de nuevas iniciativas dentro y fuera del territorio que vengán a apoyar el logro de los objetivos propuestos en su plan estratégico. En este sentido, **el apoyo del PRCC - en el primer año operativo de esta estrategia**, es vital para el funcionamiento sostenible de la MAPSP.

Por lo anterior, es muy importante, estrechar la relación respecto a las políticas y programas con las instituciones públicas y privadas, como son el Instituto de Conservación Forestal (ICF), con agencias de cooperación externa, el Gobierno Municipal y los mismos miembros de la Mesa, para lograr el establecimiento **de convenios de colaboración.**

Por otro lado es necesaria la coordinación del plan operativo de comunicación con los demás planes operativos de cada eje del plan estratégico de la MAPSP, y/o del PRCC para que durante la construcción de los mismos se logren identificar las actividades similares y determinar **perfiles de proyectos conjuntos que ofrezcan fondos mínimos de contrapartida y aseguren consistencia y viabilidad.**



3.4. Monitoreo y Evaluación

Para medir su progreso y evaluar si el trabajo se encuentra adecuadamente dirigido hacia las metas e impactos deseados se recomienda adoptar un marco de Monitoreo y Evaluación enfocado hacia el logro de los siguientes objetivos:

- Garantizar la adecuada formulación de los planes anuales de comunicación en el marco de la presente Estrategia.
- Dar seguimiento a la ejecución del plan y garantizar que esté siendo implementado de acuerdo con las características y especificaciones plasmadas en este documento.
- Realizar los ajustes necesarios a los planes cuando así se considere necesario.
- Verificar el impacto de las actividades de difusión en los diferentes grupos meta

En concordancia con el Plan estratégico de la MAPSP se sugiere implementar las siguientes metodologías prácticas que además ya son conocidas por algunos miembros como ser:

a) Cambio más significativo (CMS): que considera el estudio de experiencias que han generado un cambio importante en una persona, grupo o comunidad, como resultado de las intervenciones para brindar elementos reflexivos para comprender y direccionar el trabajo que se viene realizando en campo, además de proporcionar evidencia sobre los resultados del mismo

b) Gerencia para Resultados en el Desarrollo (GpRD): Con énfasis hacia el seguimiento, la evaluación y la rendición de cuentas en ambientes participativos para fomentar el aprendizaje y la práctica del control social y mejorar la eficacia y eficiencia de la gestión.