



CENTRO AGRONÓMICO TROPICAL DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA

DIVISION DE EDUCACIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad en los proyectos de gobernanza y comercio forestal responsable en Honduras y Colombia

Trabajo de graduación sometido a consideración de la División de Educación y la Escuela de Posgrado como requisito para optar al grado de

Máster en Práctica del Desarrollo

Liza Fernanda Bello Aranguren

Turrialba, Costa Rica

2020

Este trabajo de graduación ha sido aceptado en su presente forma por la Escuela de Posgrado del CATIE y aprobado por el Comité Asesor de la estudiante, como requisito para optar por el grado de


División de Educación

Máster en Práctica del Desarrollo

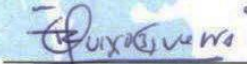
FIRMANTES:




Marianela Argüello Leiva, Mag.
Codirectora del Trabajo de Graduación


Angela Díaz Biones, M.Sc.
Codirectora del Trabajo de Graduación


Róger Villalobos Soto, M.Sc.
Miembro Comité Asesor


Roberto Quiroz Guerra, Ph.D.
Decano de la Escuela de Posgrado


Liza Fernanda Bello Aranguren
Candidata

Dedicatoria

A Dios, al gran espíritu, a la madre divina y los ángeles guardianes.
A los bosques, a quienes cuidan y viven de ellos.
A mi padre que siempre me cuida y esta conmigo.
A mi hijo Gabriel Amaru León Bello, mi gran maestro y compañero de viaje.

Agradecimientos

A mi sabia, confidente y hermosa madre. A mis hermanos Sergio y Verónica por su apoyo siempre.

A mi tío Felio García Bello por su confianza y gran colaboración para hacer posible mi viaje a Costa Rica.

Al CATIE por creer en la importancia de la interdisciplinariedad y permitir complementar mis saberes y experiencia como profesional en artes con la integración de herramientas para el desarrollo y la conservación, que sume a la construcción de un mundo mejor.

A mi nueva familia MPDC, los *chikens* con quienes durante un año compartimos y nos enseñamos desde la empatía, la solidaridad y el respeto, siempre estarán en mi corazón: Dionisia, Damaris, Vicky, Russi, Odner, Oscar, Max y Bruna.

A Luis Acosta por enseñarme tanto sobre su hermosa isla, por ser ejemplo de superación, integridad, fe y valores. Por su cariño, cuidado y compañía.

A todos los docentes que durante un año con su experiencia y profesionalismo compartieron su saber: Alejandro Imbach, Alejandra Ramírez, Felicia Granados, Felicia Ramírez, Isabel Gutiérrez, Angela Díaz, Elías de Melo, Vivian Solís y todo el inspirador equipo de Coopesolidar, Adolfo Artavia, Claudia Boruncle, Adriana Escobedo y su equipo en Agronegocios, y todos los que pasaron en algún momento por el aula Guatemala a entregarnos conocimientos.

A cada uno de los proyectos y comunidades donde nos recibieron para poder conocer y aprender de primera mano, sobre las mejores prácticas en desarrollo y conservación de biodiversidad en Costa Rica.

A Melania y su incondicional apoyo en Honduras, a Nhaydu y su importante apoyo en Colombia, a Karina por su guía y apoyo desde Panamá y a Guillermo coordinador del programa FAO-UE FLEGT por considerar valioso el la revisión y análisis a la comunicación de los proyectos y a la perspectiva de género dentro del programa.

A los miembros del comité asesor por su guía y paciencia: a Marianela por las charlas sobre comunicación, a Roger por su profunda revisión, por enseñarme a ordenar las ideas y ser rigurosa en la escritura y a la muy estimada Angela por su entrega, generosidad, comprensión y profesionalismo.

A Aranjid, Lindsay, Martha, Silvia y Alfonso por su valioso y muchas veces invisible trabajo, son personas llenas de dedicación, entrega y el motor de capacitación y la escuela de posgrados.

Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	III
Agradecimientos	IV
Lista de figuras	VII
Lista de cuadros	VIII
Lista de Acrónimos.....	IX
Resumen	XI
1. Introducción.....	1
1.1 Honduras - País AVA	2
Fundación Democracia sin Fronteras (FDSF).....	3
Monitoreo Forestal Independiente (MFI).....	3
Consejo Hondureño para la Certificación Forestal (CH-CFV).....	3
Fundación Madera Verde (FMV).....	4
Rainforest Alliance (RA).....	4
1.2 Colombia - País No AVA	4
Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS)	6
Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER).....	6
Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico (IIAP)	6
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (MADS)	6
Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS).....	7
1.3 Justificación.....	8
2. Objetivos.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos.....	9
3. Marco conceptual	9
Proceso FLEGT	9
Comunicación.....	10
Planes de comunicación.....	12
Organizaciones socias.....	13
Enfoque de inclusión y género	13
Marco de Evaluación AMEC.....	14
4. Metodología.....	15
5. Resultados.....	19
5.1 Objetivo específico 1:.....	20
5.1.1 Honduras País AVA.....	20
5.1.2 Colombia país no AVA.....	10
5.1.3 Análisis de la caracterización de los 10 planes de comunicación	29
5.2 Objetivo específico 2:.....	33
5.2.1 Categorías identificadas en los planes de comunicación en Honduras país AVA	33
5.2.1.1 Análisis de las categorías identificadas en Honduras.....	38
5.2.2 Categorías identificadas en los planes de comunicación en Colombia país No AVA.....	40
5.2.2.1 Análisis de las categorías identificadas en Colombia	45

5.3	Objetivo específico 3:.....	46
	Lecciones aprendidas	46
6.	Conclusiones.....	47
7.	Recomendaciones	48
	De la investigación al Programa en Honduras:	48
	Para la coordinación del programa a nivel regional:	50
	De las organizaciones socias en Honduras al Programa:	50
	De las organizaciones socias en Colombia al Programa:	51
8.	Referencias bibliográficas	53
9.	Anexos.....	57

Lista de figuras

Figura 1. Mapa forestal de Honduras	2
Figura 2. Distribución de los bosques naturales en Colombia.	5
Figura 3. Proceso de comunicación.....	10
Figura 4. Orden de las etapas en las que se desarrolló la investigación	17
Figura 5. Reunión 26 de febrero sede FDSF, Tegucigalpa	18
Figura 6. Imagen de mujer en labor de la cadena forestal.....	23
Figura 7. Diagramación con inclusión de mujeres, niños y jóvenes	23
Figura 8. “Taller Impacto del AVA en los Medios de Vida de las mujeres asociadas al Sector Forestal Hondureño” 2015	27
Figura 9. “Taller Impacto del AVA- FLEGT en los medios de vida con enfoque a las mujeres” 2019	27
Figura 10. Imagen del proyecto FMV	4
Figura 11. Perfiles demográficos campaña BIBO	29

Lista de cuadros

Cuadro 1. Acciones de visibilidad y generación de conocimiento	13
Cuadro 2. Marco de medición AMEC para el plan de comunicación del Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV) en Honduras.....	20
Cuadro 3. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Fundación Democracia sin Fronteras (FDsF) en Honduras	24
Cuadro 4. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Fundación Madera Verde FMV en Honduras	27
Cuadro 5. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de Monitoreo Forestal Independiente (MFI) en Honduras.....	5
Cuadro 6. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de Rainforest Alliance en Honduras	7
Cuadro 7. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS) en Colombia.....	10
Cuadro 8. Marco de Medición AMEC Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS) en Colombia	16
Cuadro 9. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Corporación Autónoma de Risaralda (CARDER) en Colombia	20
Cuadro 10. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación del Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico IIAP de Colombia.....	23
Cuadro 11. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la organización El Espectador- Campaña BIBO de Colombia.....	26
Cuadro 12. Temas abordados en los proyectos y como contenidos de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT, analizadas en Honduras y Colombia	30
Cuadro 13. Descripción actividad inicial, durante el grupo focal realizado el 28 de marzo en La Ceiba, Honduras	34
Cuadro 14. Mensajes divulgados en los planes de comunicación por las organizaciones socias bajo análisis en Honduras	35
Cuadro 15. Productos y canales en los planes de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Honduras	36
Cuadro 16. Público objetivo y alianzas identificadas en los proyectos y planes de comunicación desarrollados por las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Honduras	37
Cuadro 17. Mensajes divulgados en los planes de comunicación por las organizaciones socias bajo análisis en Colombia	40
Cuadro 18. Productos y canales en los planes de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Colombia	42
Cuadro 19. Público objetivo y alianzas identificadas en los proyectos y planes de comunicación desarrollados por las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Colombia.....	43

Lista de Acrónimos

ALC	América Latina y el Caribe
UE	Unión Europea
AVA	Acuerdos Voluntarios de Asociación
CARDER	Corporación Autónoma Regional de Risaralda
CH-CFV	Consejo Hondureño para la Certificación Forestal
EFI	Instituto Forestal Europeo
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FDSF	Fundación Democracia Sin Fronteras
CONADEH	Comisionado Nacional de los Derechos Humanos de Honduras
FEDEMADERAS	Federación Nacional de Industriales de la Madera
FLEGT	Forest Law Enforcement, Governance and Trade (Aplicación de leyes, gobernanza y comercio forestal)
ASOCARS	Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible
FMV	Fundación Madera Verde
ICF	Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal
IDEAM	Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales
IIAP	Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico
MADS	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia
MFI	Monitoreo Forestal Independiente
UE	Unión Europea
WARP	Woodworkers Alliance for Rainforest Protection. (Alianza de trabajadores de la madera para la protección de la selva tropical)
AMEC	International Association for the Measurement and Evaluation of Communication (Asociación Internacional para la medición y Evaluación de Comunicación)
SETAVA	Secretaría Técnica del AVA
SALH	Sistema para Asegurar la Legalidad de productos forestales en Honduras
AMADHO	Asociación de Madereros de Honduras
FEPROAH	Federación de Productores Agroforestales de Honduras
FEHCAFOR	Federación Hondureña de Cooperativas Agroforestales
PGA	Plataformas de Gobernanza Ambiental
UMA	Unidad Municipal Ambiental
MAO	Movimiento Ambientalista de Olancho
APROBOH	Asociación de Pequeños productores de Bosque de Honduras
CORAMEHL	Cooperativa Regional Agroforestal de Madera Equitativa de Honduras Limitada
CURLA	Centro Universitario Regional del Litoral Atlántico
COATLAHL	Cooperativa Regional Agroforestal Colón, Atlántida Honduras Limitada
COLPROFORH	Colegio de Profesionales Forestales de Honduras
ANASILH	Asociación Nacional de Silvicultores de Honduras
UNACIFOR	Universidad Nacional de Ciencias Forestales
INA	Instituto Nacional Ambiental
UNICAF	Unión de Cooperativas Agroforestales
CONSUCOOP	Consejo Nacional Supervisor de Cooperativas

MAPSP	Mesa Ambiente y Producción Sico Paulaya
ANPFOR	Asociación Nacional de Productores Forestales del Bosque Latifoliado de Honduras
EDA	Evaluación Económica del Daño Ambiental
ENCTI	Estrategia Nacional Contra la Tala Ilegal
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
LOFL	Libro de Operaciones Forestales en Línea
SUNL	Salvoconductos únicos de movilización en línea
CODECHOCO	Corporación Autónoma Regional para el Desarrollo Sostenible del Chocó
WWF	World Wild Fund for Nature (Fondo Mundial para la Naturaleza)
PIMLC	Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia

Resumen

El Programa FAO-UE FLEGT tiene como objetivos disminuir la tala ilegal en los países de Asia, África y Latinoamérica, promover la exportación de madera legal a la Unión Europea, contribuir al manejo forestal sostenible y, en su efecto, reducir la pobreza. El Programa se encuentra en su tercera fase, que va desde el 2016 al 2021 entregando apoyo técnico y recursos a organizaciones socias en 23 países.

El análisis de los planes de comunicación y las acciones de visibilidad implementadas en Colombia y Honduras se realizó por demanda del área de comunicaciones del Programa. En Honduras las organizaciones socias a las que se realizó el análisis pertenecen en su mayoría al sector de la sociedad civil, estas organizaciones son: Fundación Madera Verde, Fundación Democracia sin Fronteras, Monitoreo Forestal Independiente, Consejo Hondureño para la Certificación Forestal Y Rainforest Alliance. En Colombia predomina la participación de organizaciones del sector gubernamental, a través de las corporaciones autónomas, las organizaciones seleccionadas para el análisis fueron: Federación Nacional de Industriales de la Madera, Corporación Autónoma Regional de Risaralda, Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible.

La caracterización de los planes de comunicación a través del uso del marco de medición elaborado por la Asociación Internacional para la medición y Evaluación de Comunicación (AMEC por sus siglas en ingles) identifica: los objetivos de los proyectos implementados por las organizaciones, los objetivos de comunicación, las audiencias, actividades, resultados e impactos logrados. La categorización de los planes de comunicación identifica que mensajes se han impulsado, que canales se han usado y a que públicos se ha llegado en los diferentes proyectos. Los planes de comunicación generaron importantes acciones de visibilidad, herramientas y productos de generación de conocimiento frente a los temas de control de legalidad, compra de madera legal y gobernanza forestal.

El Anexo II sobre la perspectiva de género, integra cuatro categorías con sus respectivas actividades sugeridas por el Programa para ser implementadas por las organizaciones. Se identifica que la perspectiva, al ser de carácter no vinculante hace que las organizaciones se limiten al momento de integrarla a los proyectos con la aplicación de convocatorias inclusivas y la identificación de participación con porcentajes de asistencia de manera diferenciada a los eventos.

El Programa busca fortalecer las capacidades comunicativas de las organizaciones socias, permitiendo que sean ellas quienes implementen los planes de comunicación. Se evidenció disparidad en los conocimientos y experiencia en temas de comunicación por parte de las organizaciones. Se debe integrar como prioridades de la comunicación para la gobernanza forestal, los impactos en las mejoras del estado de los bosques, la calidad de vida de sus habitantes y de quienes trabajan en la cadena forestal, incorporando de manera más integral las acciones de diagnóstico, monitoreo y evaluación en los planes de comunicación.

1. Introducción

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO por sus siglas en inglés), entre 1990 y 2015 se perdieron 8,8 millones de hectáreas de bosques naturales (FAO 2018). El 50% de la deforestación total en los trópicos es el resultado de los cambios de uso del suelo y de zonas forestales a tierras de cultivo comerciales. Esto, muchas veces vulnera los derechos de los habitantes de los bosques, quienes en su mayoría son comunidades campesinas, pueblos indígenas y en algunos países como Colombia y Honduras, comunidades afrodescendientes (Lowson 2014).

Ante la problemática de la deforestación la Unión Europea (UE), la FAO y otras organizaciones, han promovido importantes iniciativas para reducir la deforestación a causa de la tala ilegal, del cambio de uso de suelos para la producción ganadera y agrícola y demás actividades económicas que destruyen los bosques (Comisión Europea 2013). Como parte de estas iniciativas, en el 2003 se pone en marcha el Plan de Acción FLEGT (Forest Law Enforcement, Governance and Trade) que contempla la aplicación de las leyes, gobernanza y comercio forestal, para impulsar la regulación y disminución de la tala ilegal, mejorar y fortalecer el manejo forestal sostenible y legal, a través de una gobernanza forestal efectiva, que además promueva el comercio de madera producida legalmente (EFI 2019).

El Programa FAO-UE FLEGT, implementado por la FAO, apunta a disminuir la tala ilegal en los países de Asia, África y Latinoamérica, promover la exportación de madera legal a la Unión Europea, contribuir al manejo forestal sostenible y, en su efecto, reducir la pobreza. Esto, bajo un marco de gobernanza y comercio forestal responsable, donde se dan soluciones tanto a la oferta como a la demanda. El programa brinda apoyo técnico y financiero mediante los Acuerdos Voluntarios de Asociación (AVA) con la Unión Europea y mediante el Plan de Acción FLEGT para los países denominados no AVA que, aunque no cuentan con un acuerdo bilateral, están dispuestos a fortalecer su gobernanza forestal y asegurar que el comercio de su madera sea legal (Navarro 2018).

El Programa se ha desarrollado en tres fases: la fase I culminó el 3 de marzo de 2013, diez años después de iniciar el plan, con la aplicación del reglamento de madera que prohíbe la colocación de la madera de origen ilegal en el mercado de la UE, la fase II se implementó del 2013 al 2016 sus esfuerzos se centraron mayormente en África y los países AVA, dando prioridad al proceso con las comunidades, y la fase III inició en 2016 y será operativa hasta 2021 entregando apoyo técnico y recursos a 23 países (FAO 2020).

En Latinoamérica y el Caribe (ALC) seis países han avanzado en este proceso de gobernanza forestal. El presente trabajo se desarrolla sobre los casos de Honduras y Colombia. Honduras y la UE firmaron en junio 2018 la rúbrica del AVA, confirmando que ambas partes están de acuerdo con el contenido del acuerdo, e iniciando así una fase de pre-implementación. En Colombia desde el 2010 se ha trabajado en la construcción de un mercado de madera legal con el fortalecimiento de las mesas forestales y la inclusión

de elementos de equidad de género, a través de la ejecución de una serie de proyectos enmarcados en la hoja de ruta del Plan de Acción FLEGT. Son dos países con procesos diferentes, pero con importantes avances en su gobernanza forestal, apoyados por el Programa FAO-UE FLEGT (Navarro 2018).

Este trabajo se realizó por demanda del área de comunicaciones del Programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe. Se trata de un análisis de los planes de comunicación y las acciones de visibilidad implementadas por las organizaciones socias del Programa en Colombia y Honduras. Con este trabajo se identifican las lecciones aprendidas en la implementación de los planes de comunicación del Programa en la región, para lo cual se definieron cinco organizaciones socias para Honduras y cinco organizaciones socias para Colombia.

A continuación, a manera de contexto, se hace una pequeña reseña del estado de los bosques y las cifras de deforestación tanto en Honduras como Colombia, así como la descripción de las cinco organizaciones socias seleccionadas para cada uno de los países y los proyectos aprobados, para recibir el apoyo del Programa FAO-EU FLEGT, a los cuales se les realizó el análisis de los planes de comunicación implementados.

1.1 Honduras - País AVA

Honduras cuenta con 5 398 137 ha de bosque, los cuales representan el 48 % del territorio, incluidas 32 473,72 ha de plantaciones forestales certificadas. En el 2016, se reforestaron cerca de 2 400 ha de tierras degradadas en el país con aproximadamente 1 200 000 árboles en 132 sitios de importancia, entre ellos 30 áreas protegidas y 102 microcuencas, lográndose la participación de 54 actores clave (ICF 2017) (Fig.1).



Figura 1. Mapa forestal de Honduras
Fuente: Tomado de CIPF 2014.

Tras lograr la rúbrica del AVA en 2018, Honduras se encuentra en una etapa de pre-implementación, que tiene como meta el 2020 para consolidar el proceso. Se tienen 29 proyectos vinculados (culminados y en proceso), a través de 11 organizaciones a los cuales el Programa denomina organizaciones socias, y que pertenecen a diferentes sectores del país: privado, público, comunidad indígena y sociedad civil (FAO 2018). Es de vital importancia reconocer las lecciones aprendidas, logros y debilidades de las organizaciones socias, en cuanto a las estrategias y productos de comunicación realizados hasta el momento. La coordinación del Programa seleccionó a cinco organizaciones socias para este análisis, dando prioridad a las más comprometidas, algunas de ellas vinculadas al Programa en la implementación de varios proyectos:

Fundación Democracia sin Fronteras (FDSF)

Creada en el 2005, es una entidad civil de interés público, de carácter privado y sin fines de lucro. Sus ejes transversales son la equidad de género, la inclusión social y el fortalecimiento institucional. Sus lineamientos estratégicos están orientados a promover la formulación de políticas públicas, la descentralización, la reforma del Estado, la transparencia, la auditoria social, la rendición de cuentas, el acceso a la información pública, el apoyo al sector forestal y la organización comunitaria (FDSF 2019). El proyecto que forma parte del Programa FAO-EU FLEGT y al que se analizó el plan de comunicación, responde al siguiente objetivo:

- Fortalecer a las plataformas de gobernanza ambiental para participar en la implementación de medidas complementarias priorizadas del proceso AVA en Honduras 2018-2019.

Monitoreo Forestal Independiente (MFI)

Organización independiente con más de diez años de experiencia en gobernanza forestal en Honduras, mediante un acuerdo con las autoridades estatales, proporciona una evaluación del cumplimiento legal, así como una observación y asesoramiento en los sistemas oficiales de aplicación de la legislación forestal, hace parte del Comisionado Nacional de los Derechos Humanos de Honduras (CONADEH) (MFI 2019). La organización desarrolló dentro del Programa FAO-EU FLEGT, el proyecto que responde al siguiente objetivo:

- Fortalecer las capacidades operativas de los entes Operadores de Justicia, en temas vinculados a su accionar en el marco de la implementación del Acuerdo Voluntario de Asociación (AVA-FLEGT).

Consejo Hondureño para la Certificación Forestal (CH-CFV)

Surge en junio del 2003 y se fundó con la representación de diversas organizaciones y representantes de la sociedad hondureña vinculadas con el uso, manejo y conservación de

los recursos forestales y ambientales. Cuenta con personería jurídica y está constituida como una asociación privada, civil y sin fines de lucro, apolítica, no religiosa y de carácter técnico, con el fin de fomentar y promover el funcionamiento de los sistemas de certificación forestal voluntario en Honduras (CH-CFV 2019). El Consejo desarrolló el proyecto que responde al siguiente objetivo:

- Facilitando la implementación del proceso AVA-FLEGT, a través de la aplicación de mecanismos que incentiven a los actores de la cadena forestal al uso responsable del bosque, buscando beneficios económicos, ambientales y sociales.

Fundación Madera Verde (FMV)

Entidad con persona jurídica ante el Ministerio de Gobernación y Justicia. Inició sus operaciones en la costa norte de Honduras en 1993 como *GreenWood*, un proyecto de la *Woodworkers Alliance for Rainforest Protection* (WARP). En agosto de 2001, la WARP se convirtió oficialmente en *GreenWood*, una organización norteamericana sin fines de lucro, desde entonces ha seguido desarrollando proyectos en Honduras. Así en el 2004, *GreenWood* logra el establecimiento de la Fundación Madera Verde (FMV 2019). La cual, implementó dentro del Programa el proyecto que responde al siguiente objetivo:

- Fortaleciendo capacidades de incidencia en las Plataformas de Gobernanza de Atlántida y Colón, para la implementación de un AVA viable para todos.

Rainforest Alliance (RA)

Organización internacional sin fines de lucro, que recibe contribuciones de miles de donantes alrededor del mundo, con el fin de apoyar los proyectos que adelantan integrando las áreas de negocios, agricultura y bosques para impulsar negocios responsables, mediante la construcción de alianzas para proteger los bosques, mejorar los medios de vida de los agricultores, las comunidades forestales, promover sus derechos humanos y ayudarlos a mitigar y adaptarse a la crisis climática (RFA 2020). El proyecto desarrollado dentro del Programa FAO EU FLEGT, responde al siguiente objetivo:

- Fortaleciendo capacidades de gobernanza y sistemas de legalidad en la cadena de valor forestal en los paisajes de la Reserva Río Plátano y Pico Bonito en Honduras.

1.2 Colombia - País No AVA

Colombia posee un área cubierta por bosques naturales de 58 558 064 ha. En la región amazónica se distribuye un 66,7 % del total, lo cual equivale a 39 516 141 ha; en la región Andina un 17,8 % y en la región Pacífico, con 8,9 % (Fig. 2). La tasa de deforestación para el 2015 fue de 124 036 ha. Dentro de las principales causas de deforestación se encuentran la minería ilegal, los cultivos ilegales, la conversión a áreas agropecuarias, tala ilegal, entre otros. Se estima que desde 1990 a 2016 se deforestaron más de seis millones de hectáreas (MADS 2017).

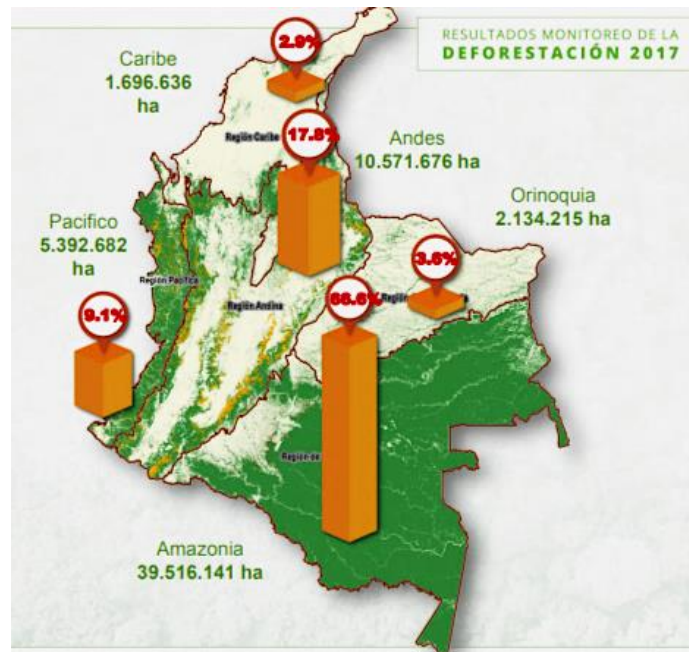


Figura 2. Distribución de los bosques naturales en Colombia.
Fuente: Tomado de IDEAM 2017:8.

Posterior a la firma de los Acuerdos de Paz en 2016, cerca del 90 % de los municipios con prioridad para la construcción de paz, corresponden a aquellos en donde históricamente han predominado las economías asociadas a las actividades ilegales y donde la pobreza prevalece. Además, tienen alguna figura de protección o de regulación de su uso. Dentro de estas áreas se encuentran los territorios colectivos constituidos por resguardos indígenas (30 % del territorio nacional) y territorios afrodescendientes (5,5 % del territorio nacional) (FAO 2019a).

Desde el 2013, Colombia inició acercamientos al Plan de Acción FLEGT avanzando en acciones y esfuerzos hacia el fortalecimiento de la gobernanza forestal, destacándose el Pacto Intersectorial por la Madera Legal, iniciativa que da muestra de un ejercicio concreto de gobernanza forestal, donde los actores convergen bajo un fin común, el cual es reducir la ilegalidad en el sector forestal (FAO 2019a).

Los apoyos del Programa FAO-UE FLEGT en la tercera fase, están dirigidos hacia los siguientes aspectos: i) Apoyo al Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia; ii) Fortalecimiento de Mesas Forestales Departamentales y iii) Fortalecimiento de estructuras de gobernanza forestal para comunidades locales, las acciones son descritas en la Hoja de Ruta para el país.

Este trabajo de grado se enfocó en el análisis de los planes de comunicación de las siguientes organizaciones socias:

Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS)

Creada en diciembre de 2003, la Federación agrupa asociaciones locales de empresarios, instituciones de apoyo y sus empresas. Bajo este esquema, actualmente representa alrededor de 472 empresarios y productores del sector, organizados en cuatro Consejos Sectoriales (FEDEMADERAS 2019). El proyecto desarrollado dentro del Programa FAO EU FLEGT respondió al objetivo:

- Fortalecer a empresas productoras y segmentos de la oferta, para crear el Mercado de Madera Legal en Colombia, con inclusión de elementos de equidad de género.

Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER)

Entidad gubernamental creada en 1981, que partir de julio de 1984, se convirtió en máxima autoridad ambiental del departamento, al asumir las funciones de aprovechamiento de bosques, control y vigilancia forestal, otorgamiento de concesiones de agua, manejo y control de la explotación de materiales de arrastre de ríos y quebradas (CARDER 2019). El proyecto desarrollado dentro del Programa FAO-UE FLEGT fue dirigido al:

- Establecimiento de una Ruta de Legalidad Forestal en el departamento de Risaralda – Colombia.

Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico (IIAP)

El instituto se crea bajo la Ley 99 de 1993, por medio de la cual se organiza como una corporación civil sin ánimo de lucro de carácter público, pero sometida a las reglas de derecho privado, organizada en los términos establecidos por la Ley 29 de 1990 y el Decreto 393 de 1991, vinculada al Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, con autonomía administrativa, personería jurídica y patrimonio propio. En el marco del Programa FAO-UE FLEGT, el proyecto respondió al objetivo:

- Consolidación de la gobernanza comunitaria y forestal a partir del fortalecimiento de la mesa forestal del departamento del Choco.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (MADS)

Entidad pública encargada de definir la Política Nacional Ambiental y promover la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables, a fin de asegurar el desarrollo sostenible y garantizar el derecho de todos los ciudadanos a gozar y heredar un ambiente sano. Dentro del Programa se ha recibido apoyo para varios proyectos, se analizó el proyecto que tenía como objetivo el:

- Apoyo para la campaña: Bosques Territorios de Oportunidades en alianza con la estrategia de comunicación Bienestar humano y Biodiversidad (BIBO)* de El Espectador (Plataforma de medios de comunicación del Gobierno de Colombia).

*Campaña de responsabilidad social y ambiental de El Espectador, trabaja desde el 2011 en la sensibilización sobre la importancia del cuidado y la preservación de los bosques, como generadores del bienestar humano gracias a su biodiversidad. Cuentan con WWF Colombia como director técnico (BIBO 2020).

Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS)

Entidad sin ánimo de lucro, creada mediante Escritura Pública No. 6025 del 28 de agosto de 1996, que se rige por las normas del derecho privado, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio. Asocia a 33 Autoridades Ambientales con jurisdicción en diferentes regiones de todo el territorio Nacional. El proyecto desarrollado dentro del Programa FAO-UE FLEGT fue:

- Apoyo al desarrollo del Libro de Operaciones Forestales en Línea –LOFL- a través de la participación de las autoridades ambientales y otros actores priorizados.

El análisis realizado partió del enfoque de comunicación elaborado por el Programa FAO-UE FLEGT para América Latina y el Caribe. El plan de comunicación para el 2019 se centra en posicionar el mensaje: “la gobernanza forestal y legalidad de la madera como una de las prioridades en la agenda pública, a través de la constante visibilidad de las acciones desarrolladas en el marco del Programa, y generando conocimiento sobre la situación forestal de los países” (Plan de comunicación del Programa FAO-UE FLEGT ALC 2019, 1 p). La visibilidad de las acciones y la generación de conocimiento como objetivos específicos para el Programa se convierten, a su vez, en requisitos a cumplir para las organizaciones socias que presentan sus propuestas y reciben apoyo del Programa (FAO 2017).

Otro componente importante entregado por el Programa FAO-UE FLEGT en las directrices para las propuestas a las organizaciones, es la inclusión de la perspectiva de género y la participación de los jóvenes, como objetivo transversal. Se sugiere la implementación de actividades sensibles, que permitan el reconocimiento y aumento de la participación de las mujeres y de los jóvenes en los procesos de toma de decisiones, y la creación de estrategias que impliquen cambios en las actitudes y comportamientos del sector en cuanto a los estereotipos de roles de género en las prácticas forestales (FAO 2017).

El presente documento contiene la justificación del trabajo y los objetivos que guiaron la ruta a seguir. También se incluye el desarrollo de un marco conceptual, el cual permite identificar y aclarar el contexto teórico y técnico en el que se enmarca el documento.

Seguido de la metodología abordada para la recolección y análisis de la información. Al final, se encuentran los resultados, lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.

1.3 Justificación

Debido a que el Programa FAO-UE FLEGT está en el desarrollo de la Fase III, se hace necesario identificar los aciertos y las debilidades de lo implementado en el componente de comunicación y visibilidad en la región de América Latina y el Caribe. Se busca una mayor y mejor articulación entre los comunicadores del Programa (sede y región), los comunicadores de las representaciones de la FAO, los coordinadores nacionales del Programa (enlaces país) y las organizaciones socias no solo al interior de los países, sino que se fortalezca la comunicación del Programa a nivel nacional y regional (FAO 2019).

El Programa FAO-UE FLEGT tiene como objetivo “contrarrestar la tala y comercio ilegal de madera, promoviendo el comercio de productos legales de madera, y contribuir al manejo forestal sostenible y la reducción de la pobreza” (FAO 2019b). Este trabajo de grado responde al resultado 4 de dicho programa:

- Resultado 4: Comunicación e intercambio de conocimiento

Para el equipo técnico del Programa, los socios estratégicos y las entidades gubernamentales involucradas en la implementación de estos acuerdos y líneas de acción, es importante contar con un análisis de los planes de comunicación implementados. Un documento que permita identificar los componentes, lecciones aprendidas del proceso que se ha generado en estos dos países, además de identificar los resultados y sus impactos a nivel comunicacional.

El Programa ha contribuido a aumentar la conciencia sobre el impacto negativo de la tala ilegal de madera, ayudando a aportar un marco legal definido en los países donde se han implementado proyectos bajo su apoyo y acompañamiento. Además, se han fortalecido los procesos de gobernanza; sin embargo, aún hay obstáculos para alcanzar los objetivos, como la resistencia al cambio hacia la legalidad del sector forestal, las dificultades en la aplicación del Programa, y el auge de la demanda de productos agrícolas que impulsa su rápida expansión hacia terrenos forestales (FERN 2016). Por estas razones, es de suma importancia para esta tercera fase del Programa, conseguir acciones de visibilidad eficaces, la implementación de espacios y productos de generación de conocimiento contundentes, así como impulsar espacios de encuentro entre las diferentes organizaciones socias para compartir sus logros y dificultades en temas de comunicación.

La coordinación de comunicaciones para ALC del Programa FAO-UE FLEGT, ha expresado como interés específico en este trabajo, el poder identificar qué dificultades y razones existen para que las organizaciones socias no usen de forma constante y activa la red social Twitter, que es la designada por la FAO como canal principal para la comunicación externa de las acciones de los proyectos. También será de gran utilidad

para el Programa, contar con una retroalimentación a tiempo que muestre los avances y retos frente a la perspectiva de género, tanto dentro de la gobernanza forestal, como en los productos de comunicación de los países seleccionados.

2. Objetivos

Objetivo general

Analizar la implementación de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del Programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe, ejecutados por las organizaciones socias en los proyectos AVA FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia durante 2015-2019.

Objetivos específicos

- Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de las organizaciones socias seleccionados en el proceso AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.
- Categorizar la información de los planes de comunicación, identificando dimensiones que permitan un análisis estructurado sobre el proceso de la comunicación del Programa FAO-UE FLEGT, en los países seleccionados.
- Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación, en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras, y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

3. Marco conceptual

Proceso FLEGT

En el 2003, la Unión Europea (UE) desarrolló un plan de acción denominado *Forest Law Enforcement, Governance and Trade* (FLEGT), el cual se traduce como aplicación de leyes, gobernanza y comercio forestal. Este plan tiene como objetivo asegurar que toda la madera y productos derivados de la misma, provienen de un país socio exportador que cumple con la legislación del país de origen (EFI 2007). El Acuerdo Voluntario de Asociación (AVA), es un acuerdo comercial legalmente vinculante entre la UE y un país productor de madera fuera de Europa, el cual busca disminuir la tala ilegal y fortalecer las condiciones de vida de las personas vinculadas al sector forestal.

La FAO, a través del Programa FAO-UE FLEGT, proporciona apoyo técnico y financiero a los proyectos gracias a los recursos donados por la Unión Europea y los gobiernos de Suecia y Reino Unido. La tercera fase del Programa comprende el período 2015–2021, brindando apoyo tanto a países con AVA como a países que acepten una ruta o Plan de Acción FLEGT. A estos países se les denomina No AVA (Navarro 2018).

Comunicación

Como lo describe Moreno (2009), la comunicación es un proceso que integra varios elementos, los cuales interactúan entre sí (fig. 3). Inicia, con la transmisión de un mensaje enviado por el emisor, quien define un código (palabras, textos, imágenes, expresiones corporales entre otros) y un canal por el cual enviar la información, el receptor quien recibe la información intenta comprender el mensaje. Para que este proceso sea efectivo, se debe establecer una dinámica de retroalimentación entre emisor y receptor.

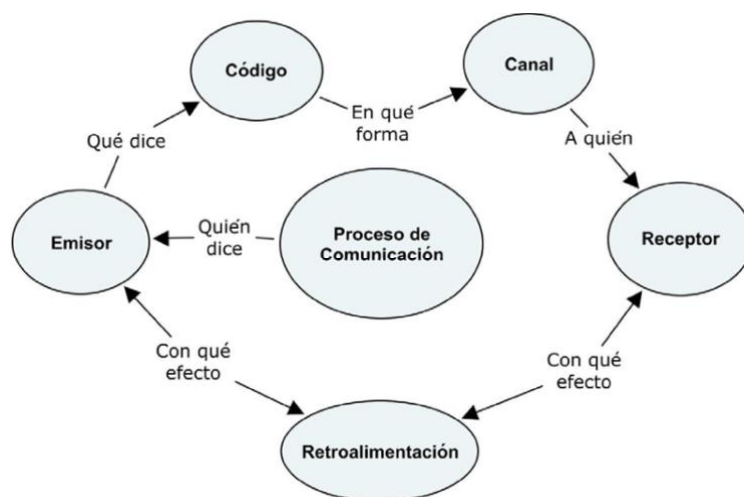


Figura 3. Proceso de comunicación.

Fuente: Tomado de Moreno, LA. 2009:9.

La comunicación en proyectos de cooperación con comunidades rurales, ha integrado diversos enfoques, dentro de los que se encuentra la comunicación para el desarrollo, implementado por la FAO en los años ochenta, la cual buscaba generar de manera participativa con las comunidades locales espacios para el diseño de planes de acción que vincularan su cultura, llegar a consensos, colaborar con personas que promoviesen cambios y un desarrollo rural sostenible, facilitar la adquisición de conocimientos y destrezas con el fin de mejorar las condiciones en las que viven y de ese modo introducir cambios en su sociedad y mejorar la efectividad de las instituciones (Valdés 2017).

Tal enfoque ha evolucionado en la actualidad a la comunicación para el cambio social. Como lo describe Gumucio-Dagron (2011) es del proceso mismo, gestado de manera horizontal desde el centro de las comunidades, de donde deben surgir los agentes de su propio cambio, convertirse en los gestores de su propia comunicación, y de sus propuestas de acción, para lograr así su sostenibilidad. Lo anterior, sin definir anticipadamente los medios, ni los mensajes, ni las técnicas, como pasó con la comunicación para el desarrollo, la cual se convirtió en un modelo institucional, hasta cierto modo vertical, aplicable y replicable (Gumucio-Dagron 2011).

La comunicación del Programa integra el enfoque y principios de la comunicación estratégica, la cual se inscribe dentro de la comunicación organizacional, como la forma de planificar las diferentes acciones de comunicación, siguiendo los objetivos estratégicos

de la organización (Carrillo 2014). En este caso, el Programa FAO-UE FLEGT responde al objetivo estratégico cuatro de la FAO: “Habilitando sistemas agrícolas y alimentarios más inclusivos y eficientes a nivel local, nacional e internacional” (FAO 2019b).

Según Nosnik, citado por Almansa *et al.* (2019), para lograr que la comunicación estratégica genere un desempeño efectivo al sistema organizacional, debe cumplir con la función de dinamizar, orientar y maximizar las relaciones en lo individual, organizacional y social. Una comunicación que no se limita a la producción del mensaje correcto, por los canales y medios adecuados, si no, que responda a la intención de producir un efecto, el cual dé como resultado un impacto social: “El impacto social que pretende cada organización es diferente, que se deriva y es congruente con el propósito o mandato social de cada organización y el sector al que pertenece” (Almansa *et al.* 2019:186).

Dentro del Programa FAO-UE FLEGT se identifica como el propósito o mandato en busca del impacto social el siguiente: “FAO-UE FLEGT construye una cultura de gobernanza y legalidad forestal, que se traduce en seguridad alimentaria y erradicación de la pobreza, a través del manejo sostenible de los bosques.” (Plan de comunicación FAO UE FLEGT 2019: 1). Para lograrlo, se debe considerar lo señalado por Almansa *et al.* (2019:186):

Requiere de un conjunto de esfuerzos colectivos sintetizados en procesos de transmisión, distribución y uso inteligente de la información realizados por un sistema de convivencia, que busca generar como retroalimentación beneficios al cumplir con una serie de propósitos individuales, organizacionales y sociales.

La comunicación estratégica requiere ser entendida bajo un esquema de comunicación sistémico ICA (Almansa *et al.* 2019) el cual, contempla tres fases: la primera de **investigación y diagnóstico** busca un acercamiento integral de la realidad, del contexto, los públicos y del sistema comunicacional, que permite identificar las maneras idóneas de intervención. La segunda fase de **comunicación y estrategia** basándose en los hallazgos de la primera fase, planifica los procesos comunicativos, organiza y hace uso de los recursos tangibles e intangibles, llegando a incorporar actividades comunicacionales que logren un efecto positivo en la articulación de los esfuerzos organizacionales. La tercera fase de **acción y resultados**, contempla los indicadores de efectividad de la comunicación, los cuales, deben responder a los principios de integridad (poder contrastar el contenido de los mensajes con los hechos y los resultados), ser integral (la comunicación responde a las expectativas de los grupos de interés, lo que resulta en una buena reputación) y estar integrada (la integración de todos los componentes del sistema, generan trascendencia, aprendizaje, innovación y el impacto del proceso de comunicación en todos los niveles) (Almansa *et al.* 2019:204).

Existen dos clasificaciones en la comunicación: la comunicación interna y la externa, “la interna es la que se desarrolla al interior de la organización y constituyen básicamente el pilar de interacción del recurso humano” (Moreno 2009). La comunicación externa, por otro lado, responde al conjunto de acciones que las organizaciones encaminan hacia los actores y agentes exteriores a la misma, desde los socios estratégicos, consumidores y proveedores, hasta los inversores, gobiernos o la sociedad civil, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la organización y los diferentes públicos (Martínez 2016).

Dentro del proceso de comunicación, se identifican dos modelos: El asimétrico que va en una vía, que cumple con la transmisión de información en un efecto causal lineal predecible, o el simétrico de doble vía, el cual busca la negociación, la incorporación de cambios de comportamientos, ideas y actitudes de las organizaciones y sus públicos (Miner *et al.* 2014).

Planes de comunicación

Un plan de comunicación de un proyecto corresponde al documento que define cómo y a quién se entregará la información importante, quién lo hará y con qué frecuencia. La comunicación debe estar alineada con las metas y las actividades del proyecto, debe ser flexible a realinearse a medida que el proyecto cambia. El plan de comunicación es crucial para la participación y seguimiento a lo largo de toda la línea de tiempo del proyecto (Aston 2019).

En las directrices entregadas por el Programa FAO-UE FLEGT a las organizaciones socias, se recomienda que el proponente incluya una estrategia de comunicación y visibilidad, y la describa en un resultado y en las actividades de la propuesta. Para el Programa, el componente de comunicación no solo debe responder a acciones de visibilidad, sino también a acciones y productos que generen conocimiento, como se detalla en el cuadro 1.

Dentro de las acciones incluidas sugieren resaltar historias de éxito dentro de los proyectos, a través de vídeos y fotografías, así como se menciona en la justificación el uso de la red social Twitter, para visibilizar los avances de los proyectos apoyados por el Programa. Con respecto a la generación de conocimiento, se impulsa la implementación de talleres, publicaciones e infografías, las cuales contengan informaciones técnicas que aborden conceptos e información relevante del Programa y del proyecto en cuestión.

Cuadro 1. Acciones de visibilidad y generación de conocimiento

Visibilizar acciones	Generar conocimiento
Historias de éxito	Talleres y actividades
Videos y fotografías	Publicaciones y documentos técnicos
Infografías y presentaciones	Cápsulas informativas (videos)
Mensajes en RRSS (Twitter)	Infografías técnicas

Fuente: Tomado del Plan de comunicación del Programa (FAO-UE FLEGT 2019: 4).

Organizaciones socias

También las identifican en los documentos de los lineamientos del Programa como socios estratégicos o proveedores de servicio. Son las instituciones gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, del sector privado y comunidades étnicas las cuales, como socios estratégicos, operan y reciben apoyo para ejecutar proyectos que mejoren la gobernanza forestal y promuevan el comercio de productos madereros de origen legal, en los 40 países en donde se ha implementado el Programa FAO-UE FLEGT (FAO 2018). Estas organizaciones elaboran las propuestas de los proyectos, siguiendo las directrices sugeridas por el Programa, y al ser aceptados, reciben el apoyo técnico y de recursos financieros.

Enfoque de inclusión y género

El programa FAO UE FLEGT, solicita a las organizaciones socias incorporar la perspectiva de género a sus proyectos, dentro de los lineamientos entregados en el anexo II, contempla cuatro categorías, según establece (FAO 2017:21):

1. **Diálogo normativo y político:** incorporar la perspectiva de género en las políticas forestales nacionales y en los debates; consolidar la inclusión en los procesos de toma de decisiones.
2. **Nivel organizacional:** promover la igualdad de género y la participación en las organizaciones.
3. **Implementación y mecanismos de entrega:** vincular la perspectiva de género a la consecución de los resultados del Programa (mitigación de la pobreza, reducción de los impactos medioambientales adversos, promoción de una mejor gobernanza forestal, consolidación de oportunidades de medios de vida más sostenibles e integración del mercado).
4. **Asociaciones:** crear asociaciones para promover la incorporación de la perspectiva de género entre las diferentes partes interesadas y actores, a nivel nacional y regional.

Cada categoría contiene un listado indicativo de actividades (Anexo1). Las organizaciones socias pueden integrar o no en sus proyectos las actividades sugeridas por el Programa. A lo largo del anexo se nombra a hombres, mujeres y jóvenes, por lo que es importante recordar que el género no solo se refiere a la mujer, como lo menciona Natalie Davis en la cita que hace Leonardo García en su libro sobre nuevas masculinidades (García 2015, 12p):

Me parece que deberíamos interesarnos tanto en la historia de las mujeres como de los hombres, que no deberíamos trabajar solamente sobre el sexo oprimido, del mismo modo que un historiador de las clases sociales no puede centrarse por entero en los campesinos. Nuestro propósito es comprender el significado de los sexos, de los grupos de género, en el pasado histórico [...] para encontrar qué significado tuvieron y cómo funcionaron para mantener el orden social o para promover su cambio.

Un enfoque que aporte en la búsqueda de la equidad, con inclusión y espacios para toda la sociedad. Sin desconocer que es una deuda histórica la que se tiene frente a la vulneración de los derechos de las mujeres causada por el colonialismo y el sistema patriarcal que ha dominado por siglos, más aun, en un sector mayormente dominado por los hombres como el forestal.

Marco de Evaluación AMEC

La revisión documental aprovechó un importante aporte del documento Medición y Evaluación en Comunicación (Nobell 2011), donde el autor en el primer capítulo hace un recorrido cronológico desde la década de 1940 hasta el presente, de los antecedentes más significativos de la historia de la medición y evaluación en comunicación. El texto señala la conformación en 1996 de la Asociación Internacional para la medición y Evaluación de Comunicación (AMEC por sus siglas en ingles), con sede en el Reino Unido, la cual inició con solo siete asociados, en la actualidad cuenta con más de 30 países miembros. Es un organismo cuyo objetivo es definir y desarrollar la industria a escala internacional con mejores estándares profesionales para empresas y particulares (Nobell 2011).

La asociación implementa la plataforma interactiva del Marco de Evaluación Integrada, la cual se encuentra en el portal web de la asociación, se puede utilizar de manera libre solo registrándose y abriendo un usuario. Está diseñada en formato de mosaico interactivo que permite ingresar los diferentes componentes de los planes de comunicación (AMEC 2020). El marco integra desde los objetivos de la organización, los objetivos de comunicación, las audiencias hasta el impacto. El uso de esta herramienta facilitó el análisis, al ingresar cada uno de los componentes de los planes de comunicación, de la siguiente manera:

Alinear Objetivos

Objetivos Organizacionales: Contiene el objetivo del proyecto que fue ejecutado por las organizaciones socias, dentro del programa FAO UE FLEGT.

Objetivos Comunicacionales: Son los objetivos específicos, mensurables, alcanzables, relevantes, de duración determinada que el plan de comunicación está diseñado para lograr.

- **Informar y preparar la comunicación:**

Audiencia objetivo: define claramente con cuales audiencias se quiere tener comunicación.

Estrategias y otros *Inputs* o entradas: Se define el plan para alcanzar a sus principales audiencias objetivo y lograr de manera crucial los objetivos de comunicación y los objetivos predefinidos que se han establecido. ¿Cuáles son los aspectos claves de su plan?

- **Implementación**

Actividades: Se enumeran todas las acciones que se han emprendido en el plan: talleres, eventos. Productos: vídeos, spots, banners etc.

- **Medida de actividades**

Salidas u *Outputs*: Se enumeran los contenidos, materiales y acciones que se hayan distribuido a los que hayan sido expuestas las audiencias objetivo.

- **Respuesta y efectos de la audiencia**

Extracciones *Out-takes*: Se enumeran aquí lo que las audiencias absorbieron de las comunicaciones.

Resultados *Outcomes*: Se enumeran aquí la evidencia de los efectos de las comunicaciones en las audiencias objetivo.

- **Efectos en la organización y en los grupos de interés**

Impacto organizacional: Es el flujo de resultados de su comunicación relacionada con sus objetivos, el impacto puede incluir mejora de la reputación, relaciones establecidas o mejoradas, cumplimiento de las medidas, alianzas etc.

4. Metodología

Este análisis se desarrolló bajo un tipo de investigación descriptiva, con enfoque cualitativo, el cual se caracteriza por identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura, que dé plena razón de su comportamiento y manifestaciones (Martínez 2006). Se desarrollaron tres técnicas contempladas en el método:

- La **revisión y análisis documental** es una técnica que consiste en la selección, revisión lectura, organización y análisis de fuentes de información secundaria, las cuales pueden ser todo tipo de documentos y materiales que brinde información relevante, veraz y oportuna para realizar un trabajo de investigación (Baena 2017). Para efectos de este trabajo se realizó la revisión de los planes de comunicación, identificando los componentes más relevantes como: objetivos, productos, público meta, mensaje, medios de difusión, indicadores. Así como la lectura de los informes de ejecución de los

proyectos de las organizaciones socias, donde registran las actividades y acciones realizadas frente al enfoque de equidad y género, también se revisaron páginas web, canales de YouTube y redes sociales de las organizaciones socias.

- La **entrevista semiestructurada** es una técnica que busca obtener información del entorno del objeto a investigar, por medio de las personas entrevistadas, de quienes se espera una interpretación verídica de la realidad. Se realiza a través de un instrumento guía con diferentes rasgos que responden a las circunstancias del diálogo con el entrevistado (Martínez 2006). En el caso de este trabajo, se aplicó a través de un guion preparado previamente, que constó de preguntas abiertas, en su mayoría, flexible a la hora de implementarlo, permitiendo modificaciones y ajustes por parte del investigador.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a la coordinación de comunicaciones para América Latina y el Caribe del Programa FAO-UE FLEGT, los coordinadores de país del Programa (enlace país), enlaces de comunicación de las oficinas de la FAO en Honduras y Colombia, y a los encargados de la implementación de los planes de comunicación dentro de los proyectos. El tipo de muestreo para escoger a los entrevistados fue no probabilístico, específicamente, muestreo de juicio donde se seleccionaron informantes clave.

Los protocolos aplicados fueron diferentes para cada uno de los actores identificados y lograron el propósito de conocer la lógica de construcción de los planes de comunicación e indagar las razones que sustentan sus contenidos, así como las relaciones entre los diferentes actores e instancias dentro del Programa. Fueron elaborado tres instrumentos de entrevista semiestructurada para aplicarlos a:

- Actores regionales (coordinación de comunicaciones para Mesoamérica) (Anexo 2) =1
- Actores nacionales (Enlaces de cada país) (Anexo 3) =2
- Organizaciones socias (Anexo 4) = 10

Respondiendo al protocolo de confidencialidad implementado, donde se asegura el anonimato de las personas entrevistadas. Los testimonios dentro del análisis e informaciones entregadas se identifican con los cargos que desempeñan las personas dentro de las organizaciones, omitiendo nombres propios.

Los **grupos focales**, según Martínez (2006), es un método de investigación colectivista, y se centra en la integración de la diversidad y variedad de las experiencias de los participantes. Permite que se realice en un espacio y tiempo determinados. Al respecto, se realizó un grupo focal, en Honduras, con los encargados del diseño y la implementación de los planes de comunicación de tres organizaciones socias, para identificar sus lecciones aprendidas (retos y logros), compartir experiencias entre las organizaciones sobre las categorías de sus planes de comunicación (mensajes, canales, públicos y aliados); el grupo focal planificado en Colombia se canceló por motivo del

cumplimiento de los protocolos de aislamiento social a causa de la pandemia del virus SARS-CoV-2, que ocasiona la enfermedad denominada COVID-19.

En la figura 4, se detalla el orden de las etapas en las que se desarrolló la investigación, basadas en los objetivos específicos. Para cada objetivo se identificaron preguntas orientadoras (Anexo 5).

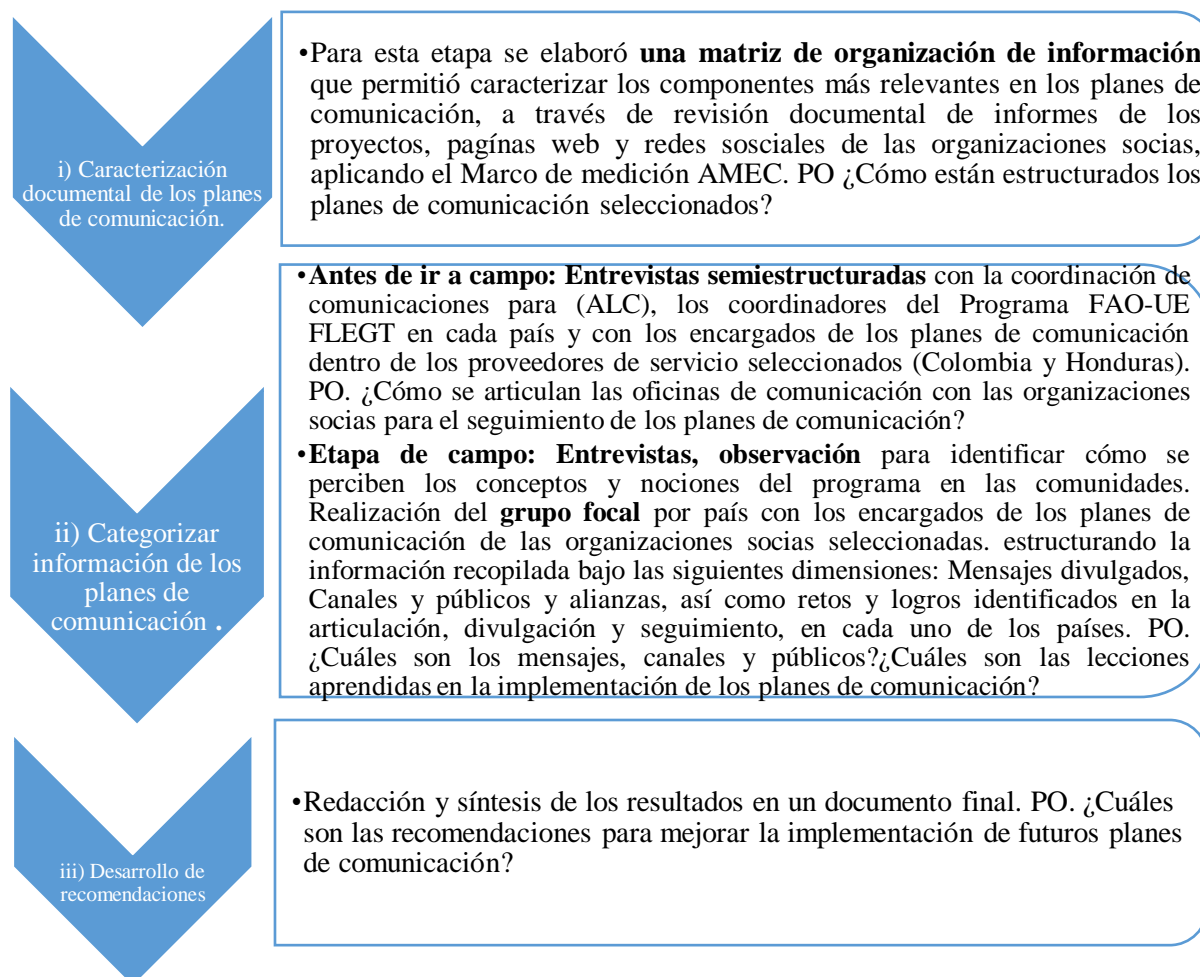


Figura 4. Orden de las etapas en las que se desarrolló la investigación

Para la recolección de información se utilizó como base una matriz en Excel (Anexo 6). La primera etapa de revisión documental inició en el mes de octubre de 2019, la caracterización se centró en la revisión de información secundaria.

Se ingresó cada uno de los planes de comunicación en la plataforma del Marco de Medición AMEC lo que permitió que, en la etapa de campo, previo a realizar las entrevistas con las organizaciones socias, se entregaran los marcos de medición a los encargados a quienes se les solicitó revisar, complementar y corroborar la información. Esto permitió tener planes de comunicación caracterizados y avalados por las organizaciones socias. A su vez, algunas organizaciones socias expresaron interés en

tener el marco de evaluación actualizado, como un insumo para sus procesos de seguimiento y evaluación de los proyectos.

La etapa de campo fue realizada entre febrero y abril de 2020. En Honduras se llevó a cabo del 22 de febrero al 3 de marzo, cuando se realizaron dos entrevistas en la ciudad de Tegucigalpa en las sedes de las organizaciones socias: Fundación Democracia sin Fronteras (FDSF) y Monitoreo Forestal Independiente (FMI) (fig. 5). El viernes 28 de febrero se realizó el grupo focal en La Ceiba con los integrantes de las otras tres organizaciones socias: RainForest Alliance, Consejo Hondureño de la Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV) y Fundación Madera Verde (FMV). Estas organizaciones a su vez convocaron a algunos integrantes de los proyectos implementados.



Figura 5. Reunión 26 de febrero 2020 sede FDSF, Tegucigalpa

El Programa FAO-UE FLEGT en Honduras, creó el grupo de trabajo técnico y administrativo integrado por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal (ICF) y la Secretaria Técnica AVA (SETAVA) para dar seguimiento y apoyo a la ejecución del Plan de implementación AVA FLEGT 2019-2023. El lunes 2 de marzo se realizó una reunión con miembros de este grupo de trabajo técnico y con integrantes de la empresa DEM con quienes, en ese momento, se estaba firmando la Carta de Acuerdo para la creación y fortalecimiento de un nuevo sitio web en el Instituto de Conservación Forestal (ICF) en Honduras. En esta reunión se entregaron avances de los hallazgos encontrados hasta el momento por esta investigación, que sirvieran de insumo para los integrantes de la organización DEM.

En esta reunión la organización DEM recibió tanto el avance de los hallazgos, como las claridades por parte de los integrantes del ICF, la SETAVA y la FAO sobre la proyección, objetivos y prioridades que se tienen con la página de internet que se busca estructurar, dentro de la Carta de Acuerdo, para lograr mayor visibilidad del proceso del AVA en Honduras y mejor articulación de los actores que han hecho parte de este. El representante legal de la organización DEM, mostró interés y solicitó el envío de la presentación de los avances de la investigación, encontrándolos muy pertinentes para la construcción de la línea base.

Por solicitud del demandante de la investigación se realizó una corta estancia de tres días, del 9 al 11 de marzo en la ciudad de Panamá, donde se sostuvo una reunión con la líder de la oficina de Comunicación - Programa FAO-UE FLEGT y con el Oficial Forestal del Programa FAO-EU FLEGT – Latinoamérica los dos, miembros de la Oficina Subregional de FAO para Mesoamérica (SLM), donde se entregó un avance de los hallazgos en Honduras y se visualizó la siguiente fase en Colombia.

La etapa de campo en Colombia inició el 12 de marzo en donde se tuvo que realizar modificaciones en la metodología, debido a la crisis sanitaria causada por el virus COVID-19. Se canceló el grupo focal programado para el martes 17 de marzo, dando cumplimiento a los protocolos exigidos de mantener aislamiento social, la información fue recolectada en su totalidad a través de entrevistas virtuales, utilizando las plataformas de Skype y Teams, se realizaron un total de siete entrevistas en Colombia.

5. Resultados

Para cumplir con el primer objetivo específico se hace la presentación de la información encontrada y ordenada con la herramienta del Marco AMEC sin análisis, comentarios o reflexiones. La caracterización integra la información de los componentes de cada plan de comunicación, de manera objetiva.

Al finalizar la caracterización de los planes de comunicación en los dos países se hace un análisis que identifica cualidades propias a los procesos, así como las características comunes que se identifican entre ellos. Esto permite dar paso al segundo objetivo específico, donde se identifican las dimensiones de cada plan de comunicación por categorías fundamentales para un proceso de comunicación: principales mensajes, canales, públicos y aliados de las diez organizaciones seleccionadas. Se finaliza entonces, con el tercer objetivo específico donde se identifican lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones para el componente de comunicación, en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras, y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

Para comprender las dinámicas de la comunicación del Programa de manera integral, es importante identificar el esquema organizativo de la comunicación interna de la FAO, el cual tiene una estructura multidimensional articulada de la siguiente manera: La sede central se encuentra en Roma, a ella se reportan las oficinas regionales que, para Latinoamérica, se encuentra en Chile. De esta última, se desprende la oficina subregional para Mesoamérica (FAO SLM), ubicada en la ciudad de Panamá. Dicha oficina tiene a cargo aproximadamente 70 proyectos de 6 países, entre ellos el Programa FAO-UE FLEGT. Esta oficina es la que entrega los lineamientos y pautas que deben seguir las organizaciones socias en cuanto a usos y manejo de logos, imágenes y derechos de autor, entre muchas otros lineamientos y apoyos. El siguiente nivel son las oficinas nacionales. Para esta investigación se trabajó con las oficinas de Honduras y Colombia. Cada sede nacional cuenta con una coordinación en comunicaciones, que debe cubrir y acompañar los diferentes proyectos en cada país.

Son los enlaces del Programa en cada país, quienes hacen el puente entre las organizaciones socias y la oficina de comunicaciones nacional y la coordinación subregional. Para la comunicación externa de la FAO, se cuenta con un único canal en YouTube, que se maneja desde la sede global, la cual debe aprobar todo lo que se publica sobre los diferentes proyectos alrededor del mundo.

Los resultados se presentan a través del documento respondiendo a los objetivos planteados.

5.1 Objetivo específico 1:

Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de los proveedores de servicio seleccionados en el proceso AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

5.1.1 Honduras País AVA

A continuación, se presentan los cinco planes de comunicación caracterizados en este país, a través de los perfiles organizados conforme a la plataforma Marco de Medición AMEC. Al finalizar cada perfil se describen los resultados de la información encontrada, frente al enfoque de equidad y género de cada proyecto.

Cuadro 2. Marco de medición AMEC para el plan de comunicación del Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV) en Honduras

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVO DEL PROYECTO	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Facilitar la implementación del proceso AVA- FLEGT, a través de la aplicación de mecanismos que incentiven a los actores de la cadena forestal al uso responsable del bosque, buscando beneficios económicos, ambientales y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar el consumo responsable de productos forestales legales que incida en una política de compras preferenciales a nivel nacional en el marco del proceso AVA-FLEGT. - Diseñar y elaborar una propuesta de instrumento de política de compras preferenciales que den ventaja a la adquisición, por parte del estado, de productos forestales legales y/o certificados de origen nacional en contribución al cumplimiento del anexo SALH. - Aumentar dentro del municipio una mayor demanda de productos forestales legales.

INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN

AUDIENCIA OBJETIVO | **ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”**

<ul style="list-style-type: none">- Gobierno nacional y municipal- Sector privado- Transformadores de madera- Público en general- Instituciones: municipales Y cooperativas.	<ul style="list-style-type: none">- Elaboración de material con mensajes claros y accesibles a todos los públicos.- Resaltar como el uso de productos forestales legales permitirá una mayor gobernanza forestal.- Fortalecer el apoyo al plan de acción AVA FLEGT.- Realizar un mapeo de actores claves a consultar sobre los lineamientos de la política de compras preferenciales.- Llevar a cabo una conferencia para presentar experiencias exitosas de lineamientos de compras preferenciales que ya existen en el Estado de Quintana Roo en México.
--	--

IMPLEMENTACIÓN

ACTIVIDADES

<ul style="list-style-type: none">- Realizar 5 talleres regionales en Francisco Morazán, Cortes, Atlántida, Olancho y El Paraíso.- Elaboración de la guía de procedimiento para implementar las compras preferenciales municipales.- Realizar campañas en redes sociales.- Realizar campañas en página de internet de la organización.- Foro "Experiencias exitosas de la región en compras preferenciales".- Apoyo a ferias de productos elaborados con madera legal.- Realización de murales.- Conferencia para presentar experiencias exitosas de lineamientos de compras preferenciales que ya existen en el Estado de Quintana Roo en México.

MEDIDA DE ACTIVIDADES

SALIDAS

<ul style="list-style-type: none">- 500 guías distribuidas.- Banner “Consumo responsable de madera legal municipalidad Arizona 2018-2022”.- Brochure con información sobre que es el AVA, que es la certificación de cadena de custodia y que es la certificación de servicios ecosistémicos.- Carpeta con promoción del mensaje: "La madera legal deja lugar a la vida".- Taller con los diferentes actores de la cadena de valor forestal del municipio de Arizona y representantes de la corporación municipal para recoger insumos y definir mediante un convenio y/o ordenanza municipal que incentiven el comercio de productos forestales legales.- 3 talleres en el municipio de Arizona, orientado a fortalecer las capacidades de las organizaciones según su rol en la cadena de valor de productos forestales nacionales de procedencia legal y/o certificada y promover los requerimientos del convenio de compra de madera legal.- Creación y elaboración de 3 murales: en el ICF, la Municipalidad y un centro educativo.
--

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA	
EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Componentes de una propuesta de política de compras preferenciales de productos forestales a nivel nacional. - Importancia del consumo responsable de productos forestales legales. - Conocimiento de experiencias exitosas de lineamientos de compras preferenciales que ya existen. - Guía de procedimiento para implementar las compras preferenciales municipales. 	<ul style="list-style-type: none"> - 265 asistentes a los talleres de consulta y socialización de las políticas públicas de compras preferenciales. - 404 asistentes a los talleres para fortalecer las capacidades productivas. y administrativas de las organizaciones - 160 asistentes a las actividades para la visualización de los objetivos del proyecto. - Mapeo de actores claves a consultar sobre los lineamientos de la política de compra preferenciales. - 3000 visitas durante cada trimestre a las redes sociales y página de internet de FDSF.
EFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS	
IMPACTO ORGANIZACIONAL	
<p>Se logró importante participación de los diferentes subsectores de la cadena forestal de la región, desde personal de ICF, representantes técnicos de Organismos Internacionales, miembros de la academia y sobre todo miembros y directivos de las cooperativas agroforestales de la zona, lo cual nos dio una variada opinión, pero con importantes puntos coincidentes, siempre viendo las consecuencias de una política pública de compras preferenciales de madera legal y/o certificada.</p>	

Enfoque de inclusión y género:

El (CH-CFV) documentó la participación en los eventos con identificación de hombres, mujeres y jóvenes:

- En las actividades para la visualización de los objetivos del proyecto participaron 76 hombres (58 %), 55 (42 %) eran mujeres y 29 (22 %) eran jóvenes.
- La Ceiba: De los participantes 18 eran hombres (62 %) 11 eran mujeres (38 %) y 8 eran jóvenes (29 %).
- Jicalpa: De los invitados 27 eran hombres (73 %) 10 eran mujeres (27 %) y 7 jóvenes (19 %).
- A los talleres para fortalecer las capacidades productivas y administrativas de las organizaciones y personas individualmente asistieron 267 hombres (66 %) y 137 mujeres (34 %), de los cuales 97 (24 %) eran jóvenes.
- A los talleres de consulta y socialización de las políticas públicas de compras preferenciales asistieron 185 hombres (70 %) y 80 mujeres (30 %) y 76 jóvenes (16 %).

En la guía de compra preferenciales de madera legal y/o certificada (fig. 6) se identifican imágenes de mujeres en las labores de la cadena forestal, así como la inclusión en los contenidos de los derechos de las comunidades y grupos étnicos. De igual manera en la guía para consumo responsable de madera certificada (fig. 7), se observa en el diseño y el uso de imágenes en la diagramación atención y cuidado de incluir tanto a mujeres, niños y jóvenes.

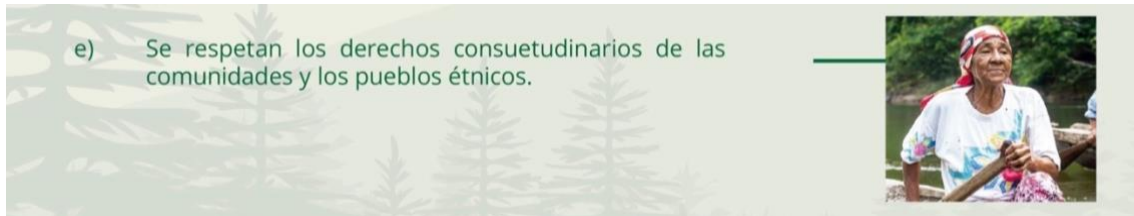


Figura 6: Imagen de mujer en labor de la cadena forestal.

Fuente: Tomada de Guía de compra preferenciales de madera legal y/o certificada: 6.



Figura 7: Diagramación con inclusión de mujeres, niños y jóvenes.

Fuente: Tomado de Guía para consumo responsable de madera certificada.

Cuadro 3. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Fundación Democracia sin Fronteras (FDsF) en Honduras

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVO DEL PROYECTO	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Fortalecer las capacidades de incidencia política y contraloría social de las Plataformas de Gobernanza Ambiental (PGA) para acompañar y monitorear la implementación de las medidas complementarias priorizadas del AVA que	Desarrollar un marco para el monitoreo, la evaluación y la visibilidad del proyecto, y de apoyo a la Medida Complementaria 3.13 del Acuerdo.

contribuyan a la construcción del sistema para asegurar la legalidad en Honduras.	
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno - Sector privado - Sociedad civil - FEHCAFOR Y Plataformas: Atlántida, Ayoro, Olancho y Colón - Comunidades indígenas: Taguacas, Misquitos, Garífunas, Tolupanes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar el mensaje: "El AVA contribuye a la mejora de gobernanza forestal". - Elaborar un documento “Metodología de contraloría social al AVA Honduras”. - Realizar eventos de sensibilización y capacitación sobre contraloría social.
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Taller de inicio. Olancho 10 de junio 2018. - Foro “Expectativas del AVA FLEGT en Honduras”. - Elaboración de guía metodológica y herramientas de contraloría social al AVA FLEGT - Cuatro boletines “Al día con el AVA-FLEGT”. - Actualización de información en la página de internet de la FDSF - Taller con PGA. Tegucigalpa 11 y 12 de septiembre de 2018. - Taller de clausura. 	
MEDIDA DE ACTIVIDADES	
SALIDAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Cuatro ediciones de los boletines, cada una con 500 impresos por cada trimestre para un total de 2000 boletines entregados. - Banner con el mensaje "Fortalecer a las plataformas de gobernanza ambiental para participar en la implementación de medidas complementarias priorizadas del proceso AVA en Honduras". - Elaboración de guía metodológica y herramientas de contraloría social al AVA FLEGT. - Foro sobre “Expectativas del AVA FLEGT en Honduras”. - Taller Inaugural. - Taller de clausura. 	
RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA	
EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones sobre herramientas y metodologías de contraloría social. - Sobre expectativas e implicaciones del AVA FLEGT. - Seguimiento a la implementación de las 	<ul style="list-style-type: none"> - Un foro realizado el 13 de junio de 2018 con la participación de 74 personas. El 96 % de los asistentes estuvo de acuerdo con el tiempo de antelación con que se realizó la convocatoria - Un taller de inauguración el 20 de junio de 2018 con la asistencia de 39 personas, de los cuales el 94%

<p>Medidas Complementarias (MC).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación sobre el Sistema para Asegurar la Legalidad de los Productos Forestales de Honduras (SALH) y Tablas de Legalidad 	<p>manifestó que los objetivos del taller fueron explicados de manera clara y precisa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un taller el 16 y 17 de agosto de 2018, sobre Contraloría Social (CS) con la participación de 18 asistentes. Los acuerdos son la realización de los ejercicios de CS a las instituciones regionales de su zona. Al 92 % les pareció adecuado el local donde se impartió el taller. - Un encuentro de PGA el 11 y 12 de septiembre de 2018, para proponer acciones en la implementación de las Medidas Complementarias (MC) con 19 asistentes con quienes se acordó acciones a seguir para el cumplimiento de las MC de acuerdo con su departamento de origen. El 58% de los participantes considera excelente los logros alcanzados. - Un taller sobre el SALH realizado el 24 y 25 de septiembre de 2018, 42 asistentes se hicieron presentes al evento. Tanto la regional del ICF como los gerentes de las Unidades Municipales Ambientales (UMA) coincidieron en seguir apoyándose en las actividades de FDSF para continuar dialogando sobre la problemática del sector en la región. El 73 % opina que la organización es excelente. - Alianza con la organización COMUNICA y la red de comunicadores de desarrollo sostenible.
--	--

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

- Miembros de las PGA, OSC y sector privado capacitados y aplicando los nuevos conocimientos adquiridos de la Contraloría Social para apoyar la implementación del AVA.
- UMA e ICF coordinan acciones para facilitar el diálogo local y agilizar los trámites para la gestión de licencias no comerciales.
- Las PGA son actores protagónicos en el seguimiento a las acciones para implementar el Acuerdo.
- Importantes y eficientes alianzas con: • MFI en la capacitación sobre las tablas de legalidad e indicadores del AVA-FLEGT • ICF en la facilitación de las convocatorias de las UMA para recopilar la información sobre planes de arbitrios, capacitar sobre el AVA-FLEGT y proponer estrategias para aplicación de licencias no comerciales.
- Plataformas de Gobernanza Ambiental en actividades de capacitación, contraloría social y acciones de incidencia política.
- MAO facilitando las convocatorias de los representantes de Olancho.
- Fundación Madera Verde en la convocatoria de las PGA de Atlántida y Colón.

Enfoque de inclusión y género:

La FDSF realizó registro de participación a los eventos con identificación de participación de hombres, mujeres y jóvenes:

Taller inaugural 10 de junio 2018 en Olancho: participación de 39 personas que representan a 15 entidades a nivel local y regional. De ellos, 7 son mujeres y 32 son

hombres. Al foro realizado el 13 de junio de 2018 en Tegucigalpa asistieron 74 personas que representan a 33 entidades a nivel local y regional, de los que 21 son mujeres y 53 son hombres. Taller con PGA en Tegucigalpa 11 y 12 de septiembre de 2018. El evento contó con la participación de 19 personas (5 Mujeres y 14 hombres) en representación de cuatro PGA

La fundación ha dado gran impulso a la red de mujeres forestales de todos los sectores, promoviendo el debate sobre, cuál es el aporte a la economía por parte de las mujeres en el sector forestal, visto desde sus acciones hacia la conservación. Este es un debate que sigue pendiente por profundizar y poner en más mesas de diálogo, para lograr obtener resultados en acciones concretas. La directora de la Fundación mencionó: “No sabemos si las mujeres toman decisiones. A las mujeres les cuesta mandar, es importante primero hacer talleres de empoderamiento. La plataforma de Olancho es referente, para varios actores, donde las mujeres son protagonistas, lideran y están empoderadas en los procesos del sector forestal”¹.

La fundación elaboró, dentro de los productos del proyecto, un informe actualizado sobre impactos del AVA en los medios de vida de grupos vulnerables, con enfoque en mujeres. Este proceso inició en 2015 con el taller “Impacto del AVA en los medios de vida de los grupos de mujeres asociadas al Sector Forestal Hondureño”. El cual se realizó en el Hotel Villa Gracia, Tegucigalpa. Honduras, 21-22 mayo, 2015 (Fig. 8).

En el 2019 dentro del proyecto analizado, se realizó el taller “Impacto del AVA-FLEGT en los medios de vida con enfoque a las mujeres”, el cual permitió actualizar lo recogido en 2015. El taller se llevó a cabo el 12 y 13 de marzo de 2019 y contó con la participación de 21 invitados (17 Mujeres y 4 hombres), con representación de las siguientes iniciativas: al Movimiento Ambientalista de Olancho (MAO), APA Liberación, Asociación de Pequeños productores de Bosque de Honduras (APROBOH), Central de Juntas de Agua, Plataformas de Gobernanza Ambiental (PGA) de Atlántida, Colón, El Paraíso, Olancho y Yoro (Fig. 9).

En busca de expresar las ideas de forma acertada y efectiva, para evitar malas interpretaciones, se cita a continuación textualmente lo dicho en el taller por la participante Nidia García, integrante del movimiento ambientalista APA Liberación, quien expuso los principales puntos tratados frente a las perspectivas de las mujeres en el proceso del AVA-FLEGT (FDSF 2019a, 6p):

En el impacto económico y social la mujer no puede separarse del impacto ambiental, por lo que es necesario implementar y

1. ¹Elvir, M. 24 feb. 2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Tegucigalpa, Honduras, FDSF.

asegurar espacios para nosotras las mujeres en la toma de decisiones de todos los procesos.

Las mujeres estamos involucradas informalmente en el rubro de la madera y por eso pedimos que se aplique la ley del AVA, ya que viene a cambiar este rumbo grandemente.

Pedimos que se respete el derecho de la mujer en este sector, ya que ha habido casos como el de la señora Berta Cáceres (Ambientalista asesinada) y no se tiene una respuesta aún, por eso pedimos que se aplique la ley del AVA y se respete el derecho de la mujer.



Figura 8. “Taller Impacto del AVA en los Medios de Vida de las mujeres asociadas al Sector Forestal Hondureño” 2015



Figura 9. “Taller Impacto del AVA-FLEGT en los medios de vida con enfoque a las mujeres” 2019

Fuente: Tomado evaluación impactos en los medios de vida FDSF:2.

Autor de las fotos: José Filadelfo Martínez.

Cuadro 4. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Fundación Madera Verde FMV en Honduras

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
<p>Divulgar y ampliar el conocimiento sobre el AVA- FLEGT a los diferentes actores dentro y fuera de las plataformas de Colón y Atlántida.</p>	<p>Ampliar el conocimiento sobre el proceso AVA- FLEGT entre los diferentes actores directos e indirectos del territorio de las plataformas. Visibilizar las acciones de las plataformas para incidir sobre temáticas prioritarias en sus respectivos planes de trabajo. Divulgar los avances del proceso AVA- FLEGT y resultados del proyecto de manera sistematizada.</p>

INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN

AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none">- Miembros de las plataformas multiactores y representantes del comité técnico y <i>Petite</i> del AVA-FLEGT.- Instituciones del estado y proyectos afines al manejo de los RRNN en el territorio.- Decisores políticos a nivel regional y nacional.- Representantes de instituciones públicas y académicas.- Medios de comunicación a nivel regional.	<ul style="list-style-type: none">- Impulsar el mensaje: "El Plan de acción es una propuesta para combatir la tala ilegal en el mundo".- Propiciar el trabajo de redes y el intercambio entre las plataformas para incidir a favor del manejo responsable de los bosques comunitarios.- Elaborar un documento “Metodología de contraloría social al AVA Honduras”

IMPLEMENTACIÓN**ACTIVIDADES**

<ul style="list-style-type: none">- Taller de lanzamiento del proyecto.- Boletín trimestral- Cuñas radiales para difusión en las comunidades.- Elaboración de carpetas, trífolios, banner, afiches.- Participación en foros televisivos.- Gira de intercambio entre plataformas.- Foro regional entre actores claves.- Participación en ferias exposiciones.- Elaborar camisetas, bolígrafos y folletos.- Sistematización de la experiencia.

MEDIDA DE ACTIVIDADES**SALIDAS**

<ul style="list-style-type: none">- 60 folletos distribuidos.- 3 boletines.- 55 spots de radio en dos emisoras locales.- 500 carpetas.- 500 trífolios.- 3 banner- 250 afiches.- 4 foros televisivos.- 1 foro regional.- 1 intercambio de experiencias.- Vídeo de sistematización del proyecto.- Entrevistas a funcionarios gubernamentales.- Mapeo de actores de la cadena de valor.
--

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA

EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none">- Revisión y actualización de estructuras y mecanismos de gobernanza, comunicación y participación bajo la inclusión de género.- Mecanismos de salvaguardas en materia laboral para grupos comunitarios y cooperativas donde los socios son patronos y empleados a la vez.- Se define una línea base (o situación actual) y un marco de monitoreo y evaluación con indicadores de impacto y desempeño del proyecto.- Sobre el cumplimiento de los principios 4 y 6 de las Tablas de Legalidad con métodos simplificados, armonizados y adaptados al contexto territorial de las Plataformas Atlántida y Colón.- Los públicos metas recibieron los siguientes mensajes:<ul style="list-style-type: none">- Fomentar la gobernanza forestal para reducir la tala ilegal.- Infórmate y participa del AVA.- Estar dentro es mejor que estar fuera.	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de barreras y obstáculos que limitan la capacidad de cumplir con los principios 4 y 6 de las tablas de legalidad contenidas en el AVA.- 43 miembros de las plataformas Atlántida y Colón participaron del taller de lanzamiento. Logrando más del 40 % de convocatoria.- En los talleres sobre el cumplimiento de los principios 4 y 6 de las Tablas de Legalidad. Participaron 30 actores de las cadenas forestales productivas de Atlántida y Colón.- El vídeo de sistematización publicado en mayo de 2019 cuenta con 40 visualizaciones y 5 likes.- Entre 400-500 personas fueron socializadas sobre el proyecto.- Elaboración de los planes de trabajo de cada una de las plataformas.- Mapa de actores de la cadena de valor.- Las acciones y mensajes llegaron a una diversidad de actores y públicos: cooperativas, juntas de agua, CORAMEHL, ANPFOR,- Productores: CURLA, COATLAHL, MAPSP, Mun. Irióna, COLPROFORH, ANASILH, Ebanistas, UNACIFOR, ICF.- Municipalidad Atlántida, INA, Ministerio del trabajo, Ministerio Público, FEMA y UNICAF

EFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

<ul style="list-style-type: none">- Se lograron importantes alianzas y articulaciones con otras organizaciones e instituciones para alcanzar los objetivos del proyecto entre ellas se encuentran: Mesa Ambiente y Producción Sico Paulaya (MAPSP), Red de Comunicadores Forestales y Ambientales de América Latina y Caribe (RECOFALC), Red de Bosque Modelos de Honduras, ICF, Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV), Colegio de Profesionales Forestales de Honduras (COLPROFORH), La Cooperativa Regional Agroforestal de Madera Equitativa de Honduras Limitada (CORAMEHL), Cooperativa de Servicios Agroforestales, Colón, Atlántida, Honduras (COATLAHL), Asociación Nacional de Productores Forestales del Bosque Latifoliado de Honduras (ANPFOR)- La integración y participación dentro del comité SETAVA de las dos plataformas.

Enfoque de inclusión y género:

Se identifica una apuesta a la inclusión en el diseño del logo elaborado para los productos de comunicación sobre el AVA-FLEGT, para el cual utilizaron una imagen de vectores en círculo donde se identifican una mujer, un trabajador, un técnico, símbolos de la flora, fauna, recursos naturales, energía solar y tecnologías (Fig. 11).



Figura 10. Imagen del proyecto FMV

Fuente: Tomado de banner diseñado para el proyecto

En el boletín informativo de enero a junio 2018, se relaciona la participación en los talleres de la siguiente manera: asistencia de hombres 59 %, mujeres 41 %. En los talleres sobre el cumplimiento de los principios 4 y 6 de las Tablas de Legalidad participaron 30 actores de las cadenas forestales productivas de Atlántida y Colón, donde el 59 % de los asistentes fueron hombres y el 41 % mujeres. Entre 400-500 personas fueron socializadas sobre el proyecto 70 % hombres 30 % mujeres.

Dentro del diseño del folleto elaborado y distribuido, se identifica el resultado 1:

Las Plataformas de Atlántida y Colón han incrementado su capacidad propositiva y de incidencia en el proceso AVA-FLEGT, revisando y actualizando sus estructuras y mecanismos de gobernanza, comunicación y participación bajo la inclusión de género al interior y exterior de las misma.

Cuadro 5. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de Monitoreo Forestal Independiente (MFI) en Honduras

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Fortalecer las capacidades operativas de los entes operadores de justicia, en temas vinculados a su accionar en el marco de la implementación del Acuerdo Voluntario de Asociación (AVA FLEGT)	Mejorar el conocimiento sobre la aplicación de las leyes en el sector forestal.
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones vinculadas a la regulación de leyes forestales - Dueños de bosque - Empresas del sector maderero - Academia - Entidades del gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño de documentos con la información relevante -Realización de espacios de capacitación -Visibilidad en redes sociales
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Taller de capacitación sobre la metodología en evaluación Económica del Daño Ambiental (EDA). - Socialización de casos de estudio de aplicación de la metodología EDA. - Presentación de la metodología y estudios de caso ante el Comité Nacional de Protección Forestal CONAPROFORH. - Evento de capacitación se realizó con estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). - Capacitación sobre el AVA FLEGT a los Operadores de Justicia y miembros del SETAVA. - Capacitación: Conociendo el AVA FLEGT, Juticalpa, Olancho. - Capacitación: Conociendo el AVA FLEGT, Tegucigalpa. - Capacitación: Conociendo el AVA FLEGT, San Pedro Sula, Cortes. - Capacitación: Conociendo el AVA FLEGT, La Paz, La Paz. - Capacitación: Conociendo el AVA FLEGT, Danlí, El Paraíso. - Capacitación: La Ley Forestal y su aplicación, Comayagua, Comayagua. - Capacitación: Los Indicadores y Medios de Verificación No Forestales y el involucramiento de las instituciones gubernamentales. - Diseño y posteo de publicaciones en redes sociales sobre los avances y resultados obtenidos del Proyecto. 	

MEDIDA DE ACTIVIDADES

SALIDAS

- 33 publicaciones en las redes sociales MFI Facebook, Twitter y LinkedIn
- Elaboración de presentaciones en PPT para uso en las capacitaciones.
- Matriz para la aplicación de la metodología EDA

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA

EXTRACCIONES

EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none">- Conocimientos sobre que es el AVA FLEGT- Información y divulgación sobre las capacitaciones.- Capacitación en la metodología EDA- Conocimiento de la base de datos.- Listas de productos de madera cubiertos por el régimen de licencias FLEGT.- Sistema para asegurar la legalidad de los productos de madera en Honduras.- Definición de legalidad y tablas de legalidad	<ul style="list-style-type: none">- Participación de los diferentes sectores: sector privado (51 personas que representan el 23,83 %), ICF (44 personas que representan el 20,56 %), estudiantes (40 participantes con 18,69 % asistencia), PGR (10 participantes con 4,67 % asistencia, municipalidades (9 participantes con 4,21 % asistencia), FFAA (8 personas con 3,74 %), Ministerio Público (7 participantes con 3,27 % de asistencia, SAR, Min. Ambiente (6 participantes cada uno con 2.80% asistencia), ONG, STSS (5 personas con 2,34 % asistencia cada uno), Policía Nacional (4 personas con 1,87 %), INTERPOL, INA, DARA, IP, Poder Judicial (3 participantes con 1,40 % asistencia cada uno), Defensa Pública (2 participantes con 0.93% asistencia), FUSINA, IHCAFE (1 participante cada uno con 0,47 % asistencia).- A mayo 2018 lograron incrementar 178 seguidores en su página de internet, de 274 a 452 lo que representa un incremento de 65 %.

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

<ul style="list-style-type: none">- Las metas del proyecto fueron superadas y los resultados esperados alcanzados sin dificultad. Se desarrollaron dos talleres de seguimiento al proceso de capacitación del proceso AVA FLEGT, donde las autoridades regionales fueron los expositores.- MFI ha contribuido a desarrollar importantes elementos estratégicos para la implementación del AVA FLEGT que constituyen los primeros pasos para mejorar la aplicación de las leyes.- Elaboración e implementación de la guía de procedimientos para identificar, registrar y tratar los incumplimientos de los actores del sector forestal enmarcados en el AVA FLEGT entre los Operadores de Justicia (OJ) y las entidades administrativas (como el ICF, MiAmbiente y otros). La estrategia de fortalecimiento de capacidades de los Operadores de Justicia que reforzará su papel en el proceso AVA FLEGT.- Experiencia piloto para la aplicación de la metodología en Evaluación Económica del Daño Ambiental (EDA) la cual fue validada y aprobada en el seno del CONAPROFOR.- Fiscalía especial de medio ambiente ha incluido la metodología EDA y los protocolos de incumplimientos de ley.- La procuraduría en cabeza del anterior director aumentó el presupuesto para la parte ambiental.

Enfoque de inclusión y género:

En el documento de sistematización se desglosa la participación de los asistentes a las 8 jornadas de capacitación por género y por sector al que pertenecen. En el proceso de capacitación participaron 173 personas teniendo la siguiente distribución por género: 52 % mujeres y 48 % hombres.

Capacitación sobre el AVA FLEGT a los Operadores de Justicia y miembros del SETAVA se realizó el evento en Tegucigalpa, el 14 de agosto de 2018, participaron un total de 26 personas, 9 mujeres y 17 hombres, distribuidos así: Entes Administrativos (ICF, Min. Ambiente, Municipalidades) 46 %, Operadores de Justicia (MP/FEMA, PGR/DGA) 42 % y OSC 12 %. Las invitaciones para este evento fueron enviadas por el MFI, esto fue consensuado previamente con el ICF.

En la entrevista realizada con la vicepresidenta y presidente del MFI², resaltaron que en el primer proyecto con la FAO realizado con instituciones, se evidenció que las mujeres tienen su lugar de visibilidad y participación a nivel institucional. A diferencia del proyecto actual con comunidades, donde ven la importancia de ir integrando mejor el enfoque de inclusión y género. “Alrededor de un 30 % de participación en Olancho es de mujeres muy empoderadas” dice el presidente del MFI.

Cuadro 6. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de Rainforest Alliance en Honduras

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Promover mecanismos de comunicación que faciliten la divulgación de información relevante del proyecto y de las acciones que se desarrollan con los actores involucrados en el proyecto.	Desarrollar un marco para el monitoreo, la evaluación y visibilidad del proyecto dirigido a todos actores claves vinculados.

² Maldonado, E; Mejía F. 29 feb. 2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Tegucigalpa, Honduras, MFI

INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none"> - Cooperativas agroforestales - Ebanistas - Proveedores de insumos y equipos y compradores locales - Cooperantes, gobiernos locales (Mancomunidad y Alcaldías) instituciones estatales - Pueblos indígenas y afrodescendientes: Misquito, Garífuna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar el mensaje: "Alianza efectiva entre todos los participantes de la cadena de valor es una herramienta clave para enfrentar la tala y el comercio ilegal de la madera" - Realizar diagnóstico de las capacidades de los actores particularmente de mujeres y jóvenes, de vacíos de gobernanza y de debilidades claves del sistema de verificación de la legalidad de la cadena de valor de productos forestales.
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un taller inaugural y de cierre del proyecto, con la participación de los actores claves. - Diseñar una guía (panfleto, infográfico) sobre el proyecto. - Elaborar videos que sinteticen la experiencia y sistematización del proyecto. - Elaboración de cruza calles. - Elaboración de Banner. 	
MEDIDA DE ACTIVIDADES	
SALIDAS	
<ul style="list-style-type: none"> - 7 videos realizados. - Elaboración de banner con el mensaje "Fortaleciendo capacidades de gobernanza y sistemas de legalidad en la cadena de valor forestal en los paisajes de la Reserva Río Plátano y Pico Bonito en Honduras". - Comunicados de prensa y en el portal web sobre la realización de los talleres de inicio y clausura del proyecto para el 12 de julio de 2018. - Plataformas en Facebook para promover productores legales. - Ficha del proyecto - Trifolios sobre los resultados del proyecto - Documental y spots publicitarios. - Fichas técnicas - Carpetas - Presentaciones en Power Point 	
RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA	
EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Sobre gobernanza forestal, Sistemas de Legalidad de la Madera (SALH), la Estrategia Nacional Contra la Tala Ilegal (ENCTI) y la mitigación de riesgos de ilegalidad en actores claves de la cadena de valor forestal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación alrededor de 200 personas de 16 empresas agroforestales comunitarias. - Prácticas de manejo forestal, bajo principios y normativas forestales en un área de 76.000 hectáreas. - Generación de 220 empleos de trabajo temporal.

<ul style="list-style-type: none"> - Sobre ¿Qué es el AVA FLEGT? y los alcances del proyecto. - Mercado legal de la madera nacional e internacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Beneficio a más de 160 familias de comunidades, especialmente indígenas. - el 75% de las empresas han logrado un estatus legal ante el Consejo Nacional Supervisor de Cooperativas (CONSUCOOP).
---	--

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

- Socialización de los resultados del diagnóstico y plan de asistencia técnica a nivel del ministro del instituto de conservación forestal (ICF).
- Vinculación de empresas agroforestales comunitarias a mercados locales, a fin de promocionar los productos de procedencia legal ante clientes que se abastecen de madera de procedencia desconocida.
- Como mecanismo de apoyo a la gestión organizativa, administrativa, técnica, operativa y comercial de las empresas agroforestales comunitarias, se están revisando y haciendo ajustes a los modelos de negocios de estas empresas a fin elevar los niveles de competitividad.
- Apoyo en procesos de legalización/formalización de las figuras jurídicas de 10 cooperativas agroforestales de la región Atlántida, ante el CONSUCOOP, a fin de ser reconocidas legalmente y que puedan seguir con la vigencia de sus contratos de manejo forestal con el ICF.
- Se está en proceso de la revisión y actualización de las normativas técnica de manejo del bosque latifoliado y demás procedimientos técnicos y administrativos en la gestión forestal.
- En cada uno de los eventos realizados se involucró a todos los actores locales como representantes de gobierno locales, aliados estratégicos de la sociedad civil, y al sector privado como los compradores para incidir desde el mercado en la exigencia de la procedencia legal de los productos del bosque, específicamente la madera. Adicionalmente se han realizado encuentros entre los consejos territoriales para fortalecer sus lazos y ser más competitivos en sus relaciones comerciales.
- En la gira se involucraron los actores clave en la cadena como el Gobierno, beneficiarios hombres y mujeres y durante la estadía en la gira a compradores comprometidos con la compra legal de madera, quedando claramente establecido el papel importante e insustituible que tiene cada uno en la comercialización legal de la madera y el compromiso asumido ante la UE con la firma del convenio AVA FLEGT.

Enfoque de inclusión y género

La capacitación en manejo de la información georreferenciada de mapas y de sus áreas bajo manejo, realizada para líderes de cooperativas se brindó tanto a hombres y mujeres, con la idea de contar con información fundamental para la toma de decisiones, y además de crear un mayor empoderamiento y compromiso en el manejo de sus contratos de concesión.

El diagnóstico de capacidades y vacíos en gobernanza forestal, SALH, la ENCTI, la mitigación de riesgos de ilegalidad con actores clave, realizado en el primer trimestre, contó con la participación de mujeres y jóvenes. Los siete vídeos realizados contienen

subtítulos en lengua Misquito y participación en los testimonios de jóvenes, mujeres y adultos mayores.

En el informe final de la organización, en los resultados frente al enfoque de género señalan lo siguiente:

- Se ha promovido en reuniones de juntas directivas y en asambleas de socios de las empresas agroforestales la participación de la mujer en puestos relevantes y en la toma de decisiones sobre los temas que incidan en la mejora de la organización.
- Si bien es cierto sigue siendo un tabú por varios factores que inciden en la participación de la mujer, en cada uno de los espacios/eventos, se fomentó y apoyó la participación de la mujer en los eventos de capacitación y en su mayor participación en la toma de decisiones, logrando que de manera paulatina los dirigentes de las empresas agroforestales les abren más espacio.
- Se han realizado invitaciones personalizadas a mujeres y jóvenes que por naturaleza muestran liderazgo, sin embargo, siempre ocurren las múltiples excusas mantener a la mujer únicamente en sus roles de hogar y familia. Ello sigue siendo un reto para superar, pero se logró identificar mayor participación de mujeres en las capacitaciones, y sus roles en los espacios son de mayor relevancia.

5.1.2 Colombia país no AVA

A continuación, se presentan los cinco planes de comunicación caracterizados en este país, a través de los perfiles organizados conforme a la plataforma marco de medición AMEC. Al finalizar cada perfil se describen los resultados de la información encontrada, frente al enfoque de inclusión y género de cada proyecto.

Cuadro 7. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS) en Colombia

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Dar a conocer las actividades relacionadas en la Carta de	<ul style="list-style-type: none"> - Informar sobre diagnóstico de empresas beneficiarias del proyecto en el cumplimiento de la legalidad forestal, tributaria e inclusión de elementos de equidad de género. - Visibilizar los elementos que fortalecen el cabal cumplimiento de obligaciones tributarias de las empresas del sector forestal, madera y mobiliario. - Dar a conocer los elementos necesarios para la construcción de un concepto de modelo de negocios para

<p>Acuerdo y convocar a los empresarios de transformación y producto final para que sean beneficiarios de los Resultados 1 y 2 del proyecto.</p>	<p>el aprovechamiento sostenible de bosque natural adaptado para Colombia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Socializar los resultados de todas las actividades desarrolladas en ejecución de la Carta de Acuerdo en el taller de clausura. - Visibilizar los resultados parciales y finales de las actividades dentro del marco de la Campaña de BIBO Bosques Territorio de Oportunidades.
--	--

INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN

AUDIENCIA OBJETIVO

- Empresas del sector forestal, madera, mobiliario, y aliados estratégicos.
- Delegados de organismos internacionales, funcionarios del Gobierno Nacional, instituciones financieras públicas, autoridades ambientales y de apoyo al sector
- Directivos, funcionarios de áreas contables, financieras y administrativas, de empresas del sector forestal, madera y mobiliario.

ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”

- Se convoca a empresarios del sector forestal, madera, mobiliario para ser beneficiarios de los Resultado 1 y 2 del Proyecto.
- En taller inicial se conocen las actividades a desarrollar bajo la Carta de Acuerdo y al equipo responsable de ejecutar el proyecto.
- Se da a conocer el estado actual de empresas beneficiarias de los Resultado 1 y 2 del proyecto, de manera general, con observancia de los acuerdos de confidencialidad.
- Se convocan empresarios del sector forestal, madera y mobiliario para participar en la capacitación para fortalecer el cumplimiento de obligaciones tributarias.
- Se presenta la guía de cumplimiento tributario.
- Se da a conocer el estado actual de cumplimiento tributario de las empresas beneficiarias.
- Se da a conocer la experiencia de aprovechamiento sostenible de Bosque Natural en la Biosfera Maya en Guatemala.
- Se socializa el concepto de modelo de negocios para la cadena de valor de productos de madera legal de bosque natural.
- En el taller de clausura se dan a conocer los resultados de todas las actividades realizadas dentro del marco de la Carta de Acuerdo.
- Se informa sobre los avances y logros con publicaciones de la Campaña de BIBO Bosques Territorio de Oportunidades.

IMPLEMENTACIÓN

ACTIVIDADES

- Elaboración y publicación de entrada en página de internet de FEDEMADERAS
- Elaboración y publicación boletín semanal revista FEDEMADERAS.
- Invitación al taller de inicio del proyecto a través de boletín semanal publicado en la página de internet de FEDEMADERAS.

- Elaboración de CD con presentación síntesis del proyecto, con presentaciones de invitados de Guatemala, compilación de información de resultados, entrega durante taller de clausura
- Diseño, impresión y compilación en formato digital de infografía que muestra cifras generales del diagnóstico.
- Socialización y difusión en redes sociales, página de internet y medios de comunicación de la infografía.
- Post de 100 palabras en Campaña BIBO Bosques Territorios de Oportunidad alusivo al proyecto.
- Publicación de infografía en boletín de eventos sectoriales de revista M&M.
- Generación de textos, edición, diagramación e impresión de guía de cumplimiento tributario.
- Publicación en página de internet de FEDEMADERAS sobre construcción de concepto de modelo de negocios.
- Publicación en página de internet de FEDEMADERAS de taller de clausura con resumen y fotografías del evento.

MEDIDA DE ACTIVIDADES

SALIDAS

- 1 nota de dos páginas sobre los resultados esperados del proyecto en revista de FEDEMADERAS Ed. 38.
- 1 entrada en la página de internet de FEDEMADERAS con síntesis de resultados del proyecto.
- 2 entradas publicadas en página de internet de FEDEMADERAS sobre resultados de 1a y 2a sesión de capacitación.
- 1 entrada en la página de internet de FEDEMADERAS con síntesis de taller de clausura del proyecto y IV Congreso de Mobiliario y Productos de Madera Legal del 22 de noviembre.
- 24 boletines NotiFEDEMADERAS publicados con información de avance del proyecto.
- 2 menciones en boletines de Revista M&M sobre 1a sesión de capacitación sobre obligaciones tributarias.
- 1 entrada en Blog de Noticias Sectoriales de Revista M&M sobre 1a sesión de capacitación sobre obligaciones tributarias.
- 2 menciones en boletines Eventos Sectoriales de Revista M&M con invitación al taller de clausura del proyecto y IV Congreso de Mobiliario y Productos de Madera Legal.
- 40 CD entregados a los asistentes al taller de inicio.
- 10 CD para los asistentes a la conferencia en CORPOURABÁ (en Apartadó, Antioquia).
- 30 CD entregados a los asistentes del seminario taller (en Río Sucio, Chocó).
- 1 infografía entregada en el taller de clausura (USB), y socializada en página de internet de FEDEMADERAS y publicada en medio especializado.
- 1 guía de cumplimiento de obligaciones sustanciales impresa en 1000 ejemplares.
- 1 guía en versión digital enviada a través del boletín NotiFEDEMADERAS a más de 1000 contactos en empresas del sector forestal, madera y mobiliario afiliadas al gremio, empresas amigas, entidades aliadas, y funcionarios de apoyo al sector.
- 5 post de 100 palabras en Campaña BIBO Bosques Territorios de Oportunidad alusivo al proyecto.
- 131 USB entregadas a los asistentes del taller de clausura del proyecto y IV Congreso de Mobiliario y Productos de Madera Legal en las dos jornadas (noviembre 22 y 23)

- 1 comunicado de prensa publicado en medio de comunicación y página de internet de FEDEMADERAS.

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA

EXTRACCIONES

- 29 empresas y establecimientos, de 30 beneficiarias, incorporaron en sus políticas y actividad productiva el Principio de Verificación de Legalidad y fueron certificadas por participar y llegar a la etapa final de la consultoría.
- 19 personas (9 hombres, 10 mujeres) de 11 empresas de transformación y producto (3 beneficiarias) participaron en la Sesión de trabajo CORPOCALDAS – FEDEMADERAS.
- 16 personas (7 hombres, 9 mujeres) de 13 empresas de transformación y producto (de las cuales 1 es beneficiaria) participaron en la Sesión de trabajo CORNARE – FEDEMADERAS.
- 16 personas (5 hombres, 12 mujeres) de 10 empresas de transformación y producto (de las cuales 7 son beneficiarias) participaron en la Sesión de trabajo CORANTIOQUIA – FEDEMADERAS.
- 13 personas (4 hombres, 9 mujeres) de 6 empresas de transformación y producto (todas beneficiarias) participaron en la Sesión de trabajo Secretaría Distrital de Ambiente – FEDEMADERAS
- 18 personas participan de la Sesión de trabajo “Experiencia de Guatemala en la consolidación de un modelo de negocios forestales con productores de pequeña escala” con Teresita Chinchilla

RESULTADOS

- 30 empresas y establecimientos, de transformación y producto vinculadas formalmente al proyecto, con diagnóstico y plan de trabajo implementados para incluir en sus políticas y actividad el Principio de Verificación de Legalidad, distribuidas así: Bogotá – Cundinamarca: 13 empresas participantes (SDA 10, CAR 3). Antioquia: 8 empresas participantes (CORANTIOQUIA 5, CORNARE 2, CORPOURABÁ 1). Caribe (Barranquilla y Cartagena): 3 empresas participantes (CARDIQUE, CVS y Epa Cartagena). Orinoquía: 3 empresas participantes (CORMACARENA 2, Y CORPORINOQUÍA 1) o Caldas: 3 empresas participantes (CORPOCALDAS)
- 20 empresas y establecimientos tienen el Libro operaciones forestales en línea (LOFL) registrado ante su autoridad ambiental competente. 6 están en proceso de registro y 4 más serán acompañadas por FEDEMADERAS.
- 66 funcionarios de 25 empresas se beneficiaron de dos sesiones de capacitación para fortalecer el cumplimiento de obligaciones sustanciales y formales de carácter tributario, dictadas por docentes de la DIAN.
- Nueve funcionarios de seis entidades de apoyo al sector, un empresario de transformación y producto, tres oficiales de FAO Colombia participan en taller de validación para la construcción de un concepto de modelo de negocios presentado para productos de madera de bosque natural adaptado para Colombia. Dada la acogida que tuvo la temática en estos talleres se priorizan 45 usuarios para la aplicación de dichos protocolos.
- 48 personas (31 hombres, 17 mujeres) de 25 empresas (2 proveedores de materia prima de bosque natural, 13 de materia prima y/ o productos de reforestación, 7 de transformación y producto, y 3 proveedores de bienes y servicios para el sector) participan en encuentro de negocios del 22 de noviembre en Bogotá
- 54 personas conocen del proyecto de CdA entre FAO-UE FLEGT y FEDEMADERAS en taller inicial, entre los que se destacan 27 funcionarios de entidades de apoyo, 22 Empresarios y 5 aliados estratégicos.

<p>de ACOFOP en CORPOURABÁ, Apartadó (3 de julio de 2018).</p> <ul style="list-style-type: none"> - 93 funcionarios de nueve (9) entidades de apoyo participan en las sesiones de trabajo con el Sr. Elvis Caballeros de INAB, contribuyendo a la creación de capacidades humanas para el apoyo y desarrollo de iniciativas de política pública y proyectos relativos a los esquemas de aprovechamiento, control y promoción de la madera legal en Colombia. - Cinco (5) empresas participan en las sesiones de trabajo con el Sr. Elvis Caballeros en Bogotá, y ampliaron sus conocimientos sobre el esquema de manejo, aprovechamiento, y uso sostenible del bosque natural en la RBM en Guatemala. - 31 representantes y miembros de Consejos Comunitarios dueños de bosque natural conocen la experiencia de Guatemala de manejo, aprovechamiento y uso sostenible de bosque natural en la RBM, en Seminario Taller. - 8 publicaciones en redes sociales de autoridades ambientales. Eje: CORPOCALDAS, CORANTIOQUIA, CORNARE. 	<ul style="list-style-type: none"> - 131 personas (50 mujeres y 81 hombres) conocen los resultados del proyecto de Carta de Acuerdo entre FAO-UE FLEGT y FEDEMADERAS durante el taller de clausura del proyecto, el 22 y 23 de noviembre, entre los que se destacan: 27 funcionarios de entidades de apoyo como Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, FINAGRO, Banco Agrario, SDAB, Banco Agrario, entre otros. 53 empresarios o empleados de empresas miembros de FEDEMADERAS y de empresas beneficiarias - 5 periodistas (3 mujeres, 2 hombres) conocieron las particularidades del sector forestal, madera y mobiliario, por medio de cuatro charlas de conferencistas invitados, contribuyó a crear canales de diálogo entre estos y el gremio, para ser primera fuente de información clara y verídica. Lo anterior, contribuye a la promoción del uso y consumo de madera responsable por parte de los consumidores finales. - 5 periodistas ambientales reciben un ejemplar impreso de la Guía de cumplimiento de obligaciones tributarias durante el taller Realidad forestal del 23 de noviembre. - 60 empresas de transformación y producto final de madera legal cuentan con una política de Equidad de Género (de 61 atendidas), así: Bogotá – Cundinamarca: 21 empresas. Total de trabajadores 1123, de los cuales 764 son hombres y 359 son mujeres. Antioquia: 13 empresas vinculadas. Total de trabajadores 806, de los cuales 672 son hombres, y 134 son mujeres. Eje Cafetero: 9 empresas. Total de trabajadores 110, de los cuales 89 son hombres y 21 son mujeres. Caribe: 5 empresas. Total, de trabajadores 944, de los cuales 833 son hombres y 111 son mujeres. Orinoquía: 11 empresas. Total de trabajadores 263, de los cuales 188 son hombres y 75 son mujeres. Valle del Cauca: 1 empresa con 9 trabajadores, de los cuales 4 son hombres y 5 son mujeres.
---	--

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

- 12 autoridades ambientales regionales, a las cuales se acercaron las empresas, en algunos casos mejorando tratos difíciles con los empresarios; la vinculación del Ministerio de Ambiente; y la participación en escenarios de construcción financiera y de conocimiento de experiencias internacionales (caso Guatemala), dos entidades públicas de financiamiento una directa y una de segundo piso; se fortaleció el trabajo con la Autoridad de Impuestos y Aduanas nacionales. La Dirección de Policía de Tránsito se vinculó al proyecto en la parte de conocimiento de experiencias.
- Se sumaron las siguientes entidades: ONF Andina, fundamental para la transferencia de conocimiento y tecnología de aprovechamiento sostenible del bosque; por primera vez la

firma asesora experta BDO Tax. Se destacó igualmente el trabajo de FEDEMADERAS y la Consultora Ing., Rocío Revueltas para Acercar al sector productivo a las autoridades ambientales y mejorar el lenguaje común, así como para construir armonía entre las áreas contables y financieras de las empresas y la Autoridad de Impuestos y Aduanas DIAN. Es un esquema poco usado en el sector ambiental y forestal colombiano, y quizá del continente.

- Este proyecto ha aplicado acciones armónicas con la Carta de Acuerdo ejecutada por CARDER. Por ej. las empresas reconocidas como legales por la autoridad, asumieron y adoptaron la política de equidad de género en su gestión y los miembros del Proyecto de CARDER, contribuyeron en la construcción de lineamientos del modelo de negocios para el bosque natural, al igual que en el análisis y evaluación de lo grado con este proyecto. La participación constante de Min. Ambiente permitió actuar con ellos hacia objetivos comunes, lo cual contribuye a fortalecer el esquema de trazabilidad y control durante la implementación.

Enfoque de inclusión y género:

Este proyecto es el único que ha implementado y tiene como eje en su objeto elementos de equidad de género (FEDEMADERAS 2018, 14 p):

En el marco del acuerdo suscrito entre FAO y FEDEMADERAS para apoyar la construcción de un mercado de madera legal en Colombia, con elementos de enfoque de género, se adelantará la evaluación de 25 empresas de transformación y producto final bajo aspectos de legalidad y 50 empresas forestales incorporarán en sus prácticas, elementos de equidad de género.

El plan de trabajo y los indicadores de evaluación realizados dentro del proyecto, contaron con las siguientes referencias: Guía de Compra y Consumo Responsable de Madera en Colombia –CARDER, Sistema de reconocimiento de la legalidad forestal generado por CARDER , CONPES 161 de 2013 Guía de Asistencia Técnica para la producción y el uso de indicadores de género (2006), Manual del Sistema de Gestión de igualdad de género EQUIPARES, Promoción de la igualdad de género en los estándares nacionales de manejo forestal FSC-GUI-60-005 V1-0 ES.

No solo PYMES, sino las clasificadas como gran empresa (ley 905 de 2004 y normas concordantes) participaron en el proyecto y adoptaron la política, algunos ejemplos son: Smurfit Kappa Colombia, Refocosta y Forestal Monterrey. En la atención a las empresas y establecimientos interesados no hubo grandes reticencias o rechazos destacado frente a la inclusión del enfoque de género.

En la entrevista con la directora ejecutiva respondió a la pregunta de ¿Cómo se aborda el tema de inclusión y género? lo siguiente: “eso empieza por el gremio, es un gremio de hombres, pero aquí en la federación yo soy mujer. En las empresas a nivel de gerencia y directivos si se evidencia participación. En el segmento informal es más difícil. Nos sirvió contar lo que se ha hecho, y qué espacios se han logrado para poder iniciar con la

inclusión, contar desde los logros de la experiencia y llevar los avances que se ven en la ciudad a lo rural”³.

Los grupos económicos que tienen programas de reforestación como Cine Colombia, D1, y su reforestadora incluyeron el tema de equidad de género. En Bogotá las Pymes son el 50 % del sector industrial, quienes manejan estos temas desde hace tiempo, Challenger cuenta con cinco negocios, dos de ellos en carpintería arquitectónica, incorporaron el enfoque de género desde sus inicios, donde se aplican igualdad de pagos y espacios de participación.

Cuadro 8. Marco de Medición AMEC Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS) en Colombia

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Apoyo al desarrollo del Libro de Operaciones Forestales en Línea – LOFL- a través de la participación de las autoridades ambientales y otros actores priorizados.	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer mecanismos básicos de comunicación interna y externa del proyecto. - Visibilizar y comunicar los resultados del proyecto. - Redactar capítulo de lecciones aprendidas y recomendaciones del proyecto.
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<p>1. Público interno: Profesionales líderes del proyecto.</p> <p>2. Público externo: desarrolladores LOFL, Autoridades ambientales y otros actores priorizados, así como: Comunidad en General.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El proyecto cuenta con un trabajo organizado, documentado y articulado entre MINAMBIENTE, FAO y ASOCARS, entendiendo el proyecto como iniciativa del gobierno nacional para el beneficio de la gestión forestal del país. - Generación de protocolo de comunicación interna, externa y directrices transversales para la gestión de comunicaciones. - Generación documento de antecedentes, elaboración y divulgación de videos, pendones, infografía, y alianzas estratégicas con medios de comunicación nacional y local. - El proyecto desarrolla actividades que cuenta con la participación de las autoridades ambientales. El desarrollo del LOFL coadyuva y facilita el cumplimiento de sus funciones, en el marco de legislación ambiental y la legislación de tecnologías

³ Ospitia, A. 16 mar.2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Bogotá, Colombia, FEDEMADERAS.

	<p>de la información. Es un proceso útil para los dueños de industrias forestales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generación de documento de lecciones aprendidas y recomendaciones
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Generación de protocolo de comunicación interna, externa y directrices transversales para la gestión de comunicaciones. - Elaboración y divulgación de videos. - Diseño y elaboración pendones. - Diseño infografía para el sistema de trazabilidad nacional de la madera que incluya módulos de movilización e industrias. - Alianzas estratégicas con medios de comunicación nacional y local. - Generación documento de antecedentes. - Generación de documento de lecciones aprendidas y recomendaciones. 	
MEDIDA DE ACTIVIDADES	
SALIDAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Se desarrolló documento de identificación y priorización de actores clave y sus roles a nivel nacional y regional. Adicionalmente se construyó el mapa de actores y una evaluación de posición, interés, influencia y representatividad - Un taller nacional presencial/virtual. - Una visita regional a CORNARE en el mes de noviembre de 2019, el cual se priorizó para levantamiento de lecciones aprendidas con empresarios y material de comunicación. - Se desarrollaron 10 videoconferencias. - Diseño y aplicación del formulario para el levantamiento de información de requerimientos mínimos por cada autoridad ambiental. - Diseño de material de divulgación para el taller nacional. - Diseño y divulgación vídeo promocional. - Cinco eventos regionales de socialización de avances para la participación de actores priorizados. - Diseño e impresión pendón. - Un taller de cierre del proyecto. 	
RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA	
EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Información sobre el sistema nacional de trazabilidad forestal de Colombia. - Implementación y uso del Libro de Operaciones Forestales en Línea -LOFL-. - Se recibieron todas las recomendaciones, sugerencias y fallas detectadas por las autoridades ambientales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se registraron más de 1070 visitas, de más de 10 países, en el sitio web del LOFL. - Representantes de más de 30 autoridades ambientales del país, asistieron a la primera prueba del LOFL, desarrollado el 5 de diciembre de 2019. - Se desarrolló una caracterización, priorización y mapeo de actores que no existía para la etapa de desarrollo del LOFL y se incluyó adicionalmente un análisis posible de actores para la etapa de implementación.

<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo de la herramienta informática para industrias LOFL, estará alojada en la plataforma de la Ventanilla Integral de Trámites Ambientales (VITAL), que va de la mano del módulo de Salvoconducto Único Nacional en Línea (SUNL) que se usa para la movilización en línea, como parte del sistema nacional de trazabilidad forestal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con un (micrositio) en la página de internet de ASOCARS para la disposición de documentos y otras herramientas de información y comunicación. - Base de datos actualizada a diciembre de 2019. - Se generó un documento específico con más de 50 lecciones aprendidas - Cierre del proyecto con participación de más de 70 asistentes. - 41 autoridades ambientales regionales del país diligencian el formulario de requerimientos mínimos para el desarrollo del LOFL. - Versiones actualizadas de las 41 instituciones, base de datos actualizada a diciembre de 2019.
---	--

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

<ul style="list-style-type: none"> - El proyecto permitió la interlocución, además de autoridades ambientales con otros actores clave en el sistema nacional de trazabilidad, como: Gremiales Fedemaderas en el lanzamiento del contexto del proyecto, Empresariales entrevistas y recopilación de lecciones aprendidas, gubernamentales, como el Min. Ambiente, IDEAM e IICA. - Se identificaron oportunidades de articulación para el fortalecimiento del sistema nacional de trazabilidad forestal con participación de las autoridades ambientales en temáticas como Salvoconductos únicos de movilización en línea SUNL y apoyo en revisión normativa, que derivó en el apoyo al proceso participativo y posterior expedición de la Resolución 1971 de 2019 por la cual se establece el LOFL y se dictan otras disposiciones. - El proyecto permitió generar el primer proyecto participativo desde la Asociación de Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible que incluye a las Autoridades Ambientales Urbanas, es un proceso que no se había liderado en proyectos anteriores. Así mismo se logró la generación del primer set de pruebas de la nueva versión nacional digitalizada del LOFL. - La implementación del LOFL traerá consigo un impacto sociocultural al requerir la participación de las empresas forestales al ser necesario el uso de la herramienta esto redundará en la concientización del consumo como requisito para la operación y permitirá contar con datos estadísticos más confiables para la toma de decisiones a nivel nacional y regional.

Enfoque de inclusión y género:

Elaboraron un documento titulado Perspectiva de Género y Juventud en el marco del acuerdo, en el cual relacionan los siguientes datos:

Total de eventos relacionados con políticas forestales, formulación normas y reglamentos forestales: 18.

Total de participantes registrados: 199

Total de hombres participantes: 109 (54,8 %)

Total de mujeres participantes: 90 (45,2 %)

Se monitoreó la participación de jóvenes con edades menor o igual a 35 años, se realizaron 32 espacios de reuniones, talleres, videoconferencias para el seguimiento y participación del proyecto con los siguientes datos:

Total de espacios de participación: 32

Total de participantes: 317 participantes.

Total de mujeres: 128 participantes (40,4 %)

Total de mujeres con edad Menor o Igual a 35 años: 54 participantes (42,2 % del total de mujeres)

Total de hombres: 189 (59,6 %)

Total de hombres con edad Menor o Igual a 35 años: 79 participantes (41,8 % del total de hombres)

Total de Jóvenes (Menor o igual a 35 años): 133 participantes (42 % del total de participantes)

Actividad realizada: Considerar la adopción de un presupuesto sensible a la perspectiva de género al asignar recursos para la implementación de los proyectos.

- Las convocatorias realizadas se hicieron sin distinción de género, desarrollando un solo tipo de convocatoria manejando el mismo protocolo de comunicación.
- Únicamente se destinaron recursos para movilización de profesionales de las autoridades ambientales para el taller de cierre para seis (6) mujeres profesionales.

En la entrevista con el coordinador del proyecto y la Coordinadora Programa de Representación Institucional, señalan frente a este enfoque, lo siguiente: “En el país está la ley de cuotas que obliga que los altos cargos públicos tengan un 30% de representación de mujeres, ASOCARS tienen desglosado en su plan de acción la participación igualitaria. El sector administrativo y gestor tiene mucha participación de las mujeres, identifican líderes mujeres en el sector forestal muy fuertes”. También resaltan que “Ellos optan por la intuición y equilibrio para las actividades, así como la inclusión de aspectos étnicos, las organizaciones deben organizar la identificación de género puede ser un tema delicado, debe tratarse con cuidado y tacto”⁴.

⁴ Pérez, C; Moreno, C. 30 abr. 2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Bogotá, Colombia, ASOCARS.

Cuadro 9. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la Corporación Autónoma de Risaralda (CARDER) en Colombia

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Establecimiento de una Ruta de Legalidad Forestal en el Departamento de Risaralda	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de la Ruta de Legalidad Forestal. - Implementación del esquema de reconocimiento a la legalidad forestal en sitios de transformación y comercialización de maderas en el Departamento de Risaralda. - Socialización y sistematización de lecciones aprendidas del proyecto. - Se ha desarrollado un marco para el monitoreo, la evaluación y la visibilidad del proyecto.
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none"> - Establecimientos de comercialización y transformación de madera. - Funcionarios y contratistas de la CARDER que realizan labores de control y vigilancia. - Corporaciones autónomas regionales. - Miembros de la Policía de Risaralda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y selección de sitios de transformación y comercialización de madera. - Presentación de los instrumentos de control y vigilancia para la movilización de productos forestales a los funcionarios y contratistas de la CARDER que realizan las labores de control y vigilancia. - Acompañamiento técnico al proceso de desarrollo del protocolo de control y vigilancia forestal a la movilización de productos forestales. - Evaluación del proceso de establecimiento de la Ruta de Legalidad Forestal.
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un taller de intercambio de experiencias sobre trazabilidad, control y vigilancia forestal. - Talleres de presentación del proyecto. - Publicaciones e impresiones del proyecto. - Elaboración de un vídeo sobre el proceso de control y vigilancia forestal a la movilización de productos forestales. - Taller de cierre del proyecto. - Evaluar todos los talleres, seminarios, cursos de entrenamiento o eventos de carácter informativo patrocinados por el Proyecto, a través de hojas de evaluación cualitativas. - Memorias de taller inaugural y de clausura, incluyendo actividades de monitoreo y visibilidad. 	
MEDIDA DE ACTIVIDADES	
SALIDAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Realización de 12 eventos (8 talleres y 4 jornadas de acompañamiento técnico). 	

- Visita de presentación del proyecto a los 42 sitios de transformación y comercialización de maderas seleccionados para participar en la ejecución del proyecto.
- Realización de 204 visitas de acompañamiento técnico a las 42 empresas que fueron seleccionadas para el proceso de reconocimiento a la legalidad forestal.
- Diseño, impresión y entrega de 1 000 afiches sobre transporte de madera legal.
- Diseño, impresión y entrega de 2 000 cartillas sobre manejo de maderas en depósitos.
- Diseño, impresión y entrega de 1 000 plegables sobre la ruta de legalidad forestal.
- Elaboración y divulgación de un vídeo (200 copias en Cd) sobre el proceso de control y vigilancia forestal.
- Plegable promocional del proyecto, con los principales aspectos del proyecto.
- Cinco infografías alusivas a los principales logros del Proyecto.
- Un spot sobre los resultados del taller internacional de trazabilidad de productos forestales.
- Un Spot sobre el reconocimiento como legales a empresas forestales.
- Un Spot sobre el taller para definir los parámetros la Ruta de Legalidad Forestal en Risaralda.
- Un Spot sobre el reconocimiento de empresas forestales legales.
- Un spot que recopila las conclusiones de una misión de WWF que visitó a los beneficiarios del proyecto.
- Un spot con los principales resultados de la reunión de cierre del Proyecto.

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA

EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Se revisaron los mapas viales municipales y se verificó en cada uno, las rutas de transporte tanto legal como ilegal de madera/guadua. Este análisis se hizo principalmente para la Ruta Pueblo Rico – Apía – Santuario – Balboa – La Virginia – Pereira – Dosquebradas, debido a que es la que mayor tráfico (transporte y comercio) de productos forestales. - Realización de taller con funcionarios y contratistas de CARDER: Taller realizado el 30 de enero de 2018 en el auditorio de la CARDER, contando con la participación del equipo de Control y Vigilancia Forestal de la SGAS, el equipo del Proyecto Consolidación de la Gobernanza Forestal en Colombia, equipo del Proyecto FAO – CARDER y funcionarios de MADS y la FAO; asistieron 25 personas. - Acompañamiento técnico para la aplicación de los instrumentos de control y vigilancia forestal. El equipo técnico del Proyecto, lideró la realización de veinte (20) operativos de control y vigilancia a la movilización de productos forestales en la ruta Quibdó – Pereira, estos operativos fueron coordinados y realizados con el 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación a 348 personas, entre ellas: funcionarios y contratistas de la CARDER, empresarios e industriales de la madera de Risaralda, equipo de Gobernanza Forestal y equipo del Proyecto FAO- CARDER y miembros de la Policía de Risaralda. - 23 empresas forestales, el 12.2% (23) de las empresas forestales de Risaralda (189) reconocidas por la CARDER por sus prácticas legales, donde laboran un total de 219 personas. - Se apoyó la realización de 20 operativos de control a la movilización de productos forestales provenientes principalmente de los departamentos del Chocó y Valle del Cauca. Durante estos operativos se logró la Inspección de 91 vehículos, de los cuales el 18,7% transportaba madera y de estos el 41% presentaron algún tipo de irregularidad, lo que arroja un índice de legalidad forestal en la ruta del 58,83%. - Documento cartográfico con las rutas de movilización de productos forestales (maderables y no maderables)

<p>personal técnico de la SGAS/CARDER. En el desarrollo de estos operativos se utilizaron instrumentos de control y vigilancia forestal como el Kit para la identificación de maderas (Tablet, lupa digital, bisturí, linterna, GPS, etc.), además de las aplicaciones digitales para la cubicación (Cubimaderas) y para la identificación de maderas (EspeciesMaderables2) y el Protocolo para seguimiento y control a la movilización de productos maderables y no maderables del bosque. Instrumentos que fueron fundamentales para el éxito de estas actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El 6 de diciembre de 2017 se realizó en el auditorio de la CARDER, un taller de socialización y presentación del proyecto FAO – CARDER para el Establecimiento de una ruta de Legalidad Forestal en el departamento de Risaralda. Se convocaron 60 empresarios de los cuales participaron 54, con una respuesta del 90% a la convocatoria 	<p>actualizadas para cada uno de los 14 municipios del departamento de Risaralda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un documento “ESTABLECIMIENTO DE UNA RUTA DE LA LEGALIDAD FORESTAL EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA, COLOMBIA” - Cinco visitas y dos reuniones de acompañamiento técnico con las CAR (Codechocó, CVC, Corpocaldas, CRQ, AMVA) que expiden los Salvoconductos que tienen como destino o que transitan por Risaralda. - 204 visitas de acompañamiento técnico realizadas, el 4,9% de estas estuvieron enfocadas a mejorar procesos industriales y de maquinaria, el 45,59% se orientaron en aspectos comerciales (Plan de negocios, publicidad de productos, etc.) y el 49,51% se enfocaron en aspectos forestales (alistamiento para reconocimiento de la legalidad, cumplimiento de aspectos normativos, etc.)
---	--

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

- El trabajo desarrollado por los equipos técnico del proyecto y de la SGAS mejoró las relaciones entre las empresas forestales y la CARDER, la meta era reconocer 10 empresas y dado el alto interés de los empresarios se reconocieron 23 empresas, es decir la meta se superó en un 130%. Estos empresarios legales, son los mayores promotores de este proceso, motivando a que otros empresarios forestales soliciten a la CARDER que les brinde apoyo técnico para ser reconocidos como legales.
- Los principales socios del proyecto fueron en CARDER los siguientes equipos de trabajo: 1) Control y vigilancia Forestal 2) Equipo de Gobernanza Forestal, 3) Oficina de la Subdirección de Gestión Ambiental Sectorial 4) Oficinas Verdes Municipales. Autoridades Ambientales que limitan con el área de influencia de la CARDER: 1) Codechocó 2) CORPOCALDAS, 3) CRQ, 4) CVC, 5) Cortolima 6) Policía Nacional de Colombia, 7) Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Empresarios de la madera, dueños de depósitos y administradores de estas empresas en el departamento de Risaralda.
- El Proyecto consolidó el trabajo liderando por la FAO y CARDER en compañía del MADS y con el apoyo de la UE, relacionado con el afianzamiento de la gobernanza forestal en Colombia. El Proyecto utilizó el Esquema de Reconocimiento a la Legalidad Forestal para empresas, esquema que había sido validado por un Proyecto financiado por el Programa UE FAO FLEGT al MADS y la CARDER, lo que indica un interesante proceso de continuidad.

Enfoque de inclusión y género:

Durante el desarrollo del proyecto se tuvo en cuenta la participación de la mujer, tanto en el personal técnico que se contrató para desarrollar el proyecto, como en los beneficiarios de este. En asocio con FEDEMADERAS se está apoyando a las empresas para incorporar el enfoque de género en sus procesos empresariales.

La infografía de aspectos generales del comercio de madera en los depósitos reconocidos como legales en Risaralda, se identifica que de las 153 personas que trabajan en los depósitos, 120 son hombres y 33 mujeres.

Se evaluaron 12 eventos realizados en el marco del proyecto, en estos participaron 233 hombres (66,95 %) y 115 mujeres (33,5 %). A parte de los eventos se realizaron dos talleres: uno al inicio para la presentación del proyecto y otro para el cierre de este; a estos eventos asistieron 114 participantes de los cuales 77 hombres (67,5 %) y 37 mujeres (33,05 %).

Cuadro 10. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación del Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico IIAP de Colombia

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Consolidación de la gobernanza comunitaria y forestal a partir del fortalecimiento de la Mesa Forestal del departamento del Chocó.	<ul style="list-style-type: none">- Gobernanza comunitaria y forestal consolidada a partir del fortalecimiento de las capacidades técnicas y operativas de la Mesa Forestal del departamento del Chocó.- Protocolos socializados y aplicados de seguimiento y control al aprovechamiento, movilización e industrias desarrollados en el marco de la gobernanza forestal en Colombia.- Desarrollado un marco para el monitoreo, la evaluación y la visibilidad del proyecto
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none">- Actores de la cadena forestal, en especial los aserradores, transportadores y pequeños transformadores del departamento del Choco.	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de tres reuniones, una por región: Bajo Atrato, Pacífico y Alto Atrato con los actores institucionales y comunitarios de los tres eslabones de la cadena forestal a trabajar, con los objetivos de dar a conocer el proyecto, socializar el plan departamental de desarrollo forestal y aplicación de una encuesta orientada a identificar el estado de la gobernanza forestal en el departamento.

	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilización e inclusión de propietarios del bosque y actores de base, en los proyectos de construcción y desarrollo de cadenas productivas. - Es necesario conocer las normas y procedimiento en la actividad forestal y en especial las aplicadas por las autoridades. - Gestiones para diseño y construcción de página de Internet de la Mesa Forestal que visibilice las entidades que conforman la Mesa Forestal del Chocó.
--	--

IMPLEMENTACIÓN

ACTIVIDADES

<ul style="list-style-type: none"> - Taller de inicio equipo técnico de la Mesa Forestal - Taller regional con actores (Rio Sucio) - Taller regional con actores (Quibdó). - Taller regional con actores (Bahía Solano) - Taller de socialización con actores (Rio Sucio) - Taller regional con actores (Quibdó). - Taller regional con actores (Bahía Solano) - Publicaciones en la página de Facebook - Diseño y construcción de página de internet de la Mesa Forestal del Choco - Elaboración de pautas radiales en emisoras locales con cobertura en el área rural del departamento
--

MEDIDA DE ACTIVIDADES

SALIDAS

<ul style="list-style-type: none"> - 7 talleres de socialización regionales y donde se trabajó el empoderamiento y articulación de los diversos sectores de la cadena productiva asociada al aprovechamiento maderable con representantes de la Mesa Forestal del Chocó. - 3 publicaciones en la página de Facebook para visibilizar los avances desarrollados en los talleres. - Construcción de la página de internet de la Mesa Forestal del Chocó, donde visibilizan las entidades que la conforman y las acciones y proyectos que adelantan. - 20 pauta radiales en emisoras con cobertura rural. - Video desarrollado para la Mesa Forestal del Chocó. - 100 folletos con la caracterización de actores de la actividad productiva forestal. - 100 cartillas instructivas del Plan de Desarrollo Forestal del Chocó. - 100 kit promocional (camisetas, gorras, agenda y bolígrafos) entregado en la Asamblea General de la Mesa Forestal del chocó.

RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA

EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Participación en la caracterización socioeconómica y tecnológica de aserradores, corteros, trasportadores y pequeños 	<ul style="list-style-type: none"> - 240 asistentes a los talleres regionales y de socialización. - 10 entables visitados. - El proyecto inició un nuevo proceso de fortalecimiento de la gobernanza forestal y comunitaria a partir de la caracterización de los actores siendo encuestadas 106 personas: 61 (58%) aserradores, 26 (25%) cargueros y 19 ebanistas (18%).

<p>transformadores de la madera</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aceptación para la aplicación de protocolos de seguimiento y control al aprovechamiento, movilización e industrias forestales. 	<ul style="list-style-type: none"> - El compromiso era seleccionar máximo 15 usuarios por región, dada la acogida que tuvo la temática en los talleres priorizamos 45 usuarios para la aplicación de dichos protocolos. - Documento línea base – diagnóstico de los actores en los eslabones de aprovechamiento, movilización y transformación de la cadena forestal en las regiones del Bajo Atrato, Alto Atrato y Pacífico donde fueron identificados 106 actores: 61 (58%) aserradores y 26 (25%) cargueros y 19 ebanistas (18%). - Fueron socializados y aplicados un total de 51 protocolos a los diferentes actores de la cadena forestal.
--	---

EFFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS

IMPACTO ORGANIZACIONAL

- La organización fortaleció las alianzas con las siguientes organizaciones: Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS, Instituto de Investigaciones del Pacífico – IIAP, Mesa Forestal del Chocó Gobernación del Chocó, Comunidades Negras e Indígenas CODECHOCO y Universidad del Chocó.
- "Los asistentes nos recibían, dejando claro su voluntad de apoyo al proceso que desarrolla la Mesa y a su vez manifestando su complacencia por ser tenidos en cuenta para esta iniciativa; nos motiva y llena de confianza para lograr el objeto de consolidarnos como un sector fuerte y disciplinado que contribuya al desarrollo forestal sostenible del Chocó" como lo menciona el Coordinador de la Mesa Forestal del Chocó Convenio FAO-IIAP.

Enfoque de inclusión y género:

En el informe final entregado por la organización, mencionan lo siguiente:

Dentro del sector forestal, la participación directa de la mujer en los primeros eslabones de la cadena es prácticamente nula, pero su aporte se destaca al servirle de compañía a su marido en las actividades de aprovechamiento, la preparación de la comida para llevarla a campo, manejo del hogar y crianza de los hijos. Sin embargo, en los eslabones de comercialización e industria se hacen presentes dentro de la administración de los negocios y apoyo en terminación de los artículos en madera.

Durante la entrevista con la jefa de comunicaciones del IIAP, el coordinador del proyecto y el coordinador de la Mesa Forestal mencionaron frente al enfoque, lo siguiente:

Las mujeres afrodescendientes somos muy empoderadas y muchas tienen sus empresas, se ponen las botas, trabajan en el bosque y son tomadas en cuenta. Hay más preocupación por el tema de relevo generacional, hay muchos factores para que los jóvenes no vean la actividad forestal como una opción, por lo duro del trabajo y el daño

que trae la plata fácil con el narcotráfico. Algunos jóvenes consideran más las actividades administrativas que no requieran el esfuerzo físico, así como ver el ejemplo de los padres, quienes han dado todo por esa labor tan mal reconocida. La cadena tiene muchos eslabones, el más rudo es el de ir al bosque; en la caracterización, se evidenció que si hay actividades de la cadena que ellos quieran participar, como las que impulsan la formación industrial.

Cuadro11. Marco de Medición AMEC para el plan de comunicación de la organización El Espectador- Campaña BIBO de Colombia

ALINEAR OBJETIVOS	
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	OBJETIVOS COMUNICACIONALES
Apoyar la campaña: Bosques Territorios de Oportunidades en el marco de la Estrategia Integral de Control a la Deforestación y Gestión de los Bosques en Colombia	Sensibilizar a la población colombiana en aspectos de gobernanza, reducción de tala ilegal y comercio forestal en el marco del Programa FAO UE FLEGT y de la estrategia de país para el control a la deforestación y gestión de los bosques en Colombia. -Bosques Territorio de Oportunidades-
INFORMAR Y PREPARAR LA COMUNICACIÓN	
AUDIENCIA OBJETIVO	ESTRATEGIA Y OTROS “INPUTS” O “ENTRADAS”
<ul style="list-style-type: none"> - Sociedad civil. - Líderes de opinión. - Tomadores de decisiones. - Comunidades de base 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de líneas de contenidos: Gobernanza, mesas forestales, Madera legal. - Bosque Territorios de Oportunidades. - Semana a semana se actualiza un plan de comunicación, respondiendo a los indicadores. - Se reciben y publican contenidos de FEDEMADERAS sobre contenidos de madera legal. - Se reciben y publican contenidos de CARDER sobre gobernanza forestal.
IMPLEMENTACIÓN	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Columnas publicadas en BIBO de El Espectador. - Post publicadas en redes sociales. - Cápsulas publicadas en BIBO de El Espectador. - Cubrimiento de eventos en Bogotá. - Especiales editoriales desarrollados. 	

5 Uribe, M; Bejarano J y Mena A. 18 mar. 2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Bogotá, Colombia, IIAP.

MEDIDA DE ACTIVIDADES	
SALIDAS	
<ul style="list-style-type: none"> - 15 columnas publicadas en BIBO de El Espectador. - 13 cápsulas publicadas en BIBO de El Espectador. - 2 especiales editoriales desarrollados. - 10 post publicadas en redes sociales. - 2 cubrimientos de eventos en Bogotá. 	
RESPUESTA Y EFECTOS DE LA AUDIENCIA	
EXTRACCIONES	RESULTADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Colombia reconoce la legalidad de las industrias forestales. - Sector forestal en Colombia con madera legal y equidad de género. - Inició el proyecto de Fortalecimiento de la Mesa Forestal del Departamento del Putumayo - Con apoyo de la FAO y la Unión Europea se desarrolla Libro de Operaciones Forestales en Línea. - Colombia avanza en el fortalecimiento de espacios de diálogo técnico hacia la incidencia política. - La gobernanza forestal gana espacio en el Chocó. - Fortalecimiento de la cadena forestal en el Cauca Andino, de inicio a fin un proceso que nos vincula a todos. - Más árboles para el Cauca. - Gobernanza, mitos y realidades del sector forestal. 	<ul style="list-style-type: none"> - 103.500 periódicos impresos por día x 3.5 personas que observan un ejemplar x 30 “piezas publicitarias” 10.867.500 personas impactadas. - 24 piezas de comunicación 152.085 Impresiones en Twitter (Personas que vieron el contenido) 570.047 Alcance Personas en Facebook que vieron el contenido) - 11.589.632 569.428 Alcance personas total impactadas. - Más de 60 acciones realizadas en medios impresos y virtuales.
EFECTOS EN LA ORGANIZACIÓN Y EN LOS GRUPOS DE INTERÉS	
IMPACTO ORGANIZACIONAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Alianza desde el inicio de la campaña con WWF, ISAGEN, Bavaria y EPM en las publicaciones que se realizaron. - Realizaron conversatorios con diferentes sectores, líderes regionales, academia donde generaron un producto de 15 fascículos, durante tres meses. Dirigido a niños y niñas de 8-18 años, padres y cuidadores, con el título "Oportunidades que los bosques nos ofrecen" se convirtió en un documento académico, que reúne todos los fascículos y se convierte en un libro que llega a los hogares y colegios de manera gratuita. - El espectador hace parte del grupo de medios Caracol, el mayor grupo de comunicación del país, televisión, Blue radio, la revista VEA y, todo se replica en estas plataformas y se hace ampliación a 17 millones de usuarios solo en El Espectador. 	

Enfoque de inclusión y género:

En el primer artículo de lanzamiento de la campaña incluyeron audios de personajes relevantes entre quienes estaba una joven periodista, una importante académica y

científica transexual y un exguerrillero, fue una publicación muy polémica por su clara apuesta a la inclusión.

Durante la entrevista con la gerente y la directora de la campaña, frente al enfoque de inclusión y género, mencionaron:

Tratamos de ser los más equilibrados y estar dentro de las acciones de responsabilidad social, lo hacemos desde la comunicación sin discriminación. En las imágenes tratamos de incluir a todos y todas. Buscamos que los contenidos territoriales sean contados por los protagonistas, que prime la voz de quienes viven la historia.

Al inicio de la campaña en las fotos predominaba la presencia masculina, al final optamos por buscar la presencia de las mujeres a través de las entrevistas. La inclusión inicia desde la convocatoria, en el tema de bosques por ejemplo incluir a los guardabosques, también convocamos a otros medios de comunicación como a la competencia, emisoras comunitarias, para poder generar la tendencia contada desde sus protagonistas.

Buscamos la participación con voz y voto, si hay presencia del gobierno en los eventos, se pueda dar un diálogo con las comunidades, quienes puedan preguntar y recibir respuesta por parte de los tomadores de decisiones⁶.

En la figura 12 se observan los perfiles demográficos, por género, edad, ciudades y países, que evidencia la campaña BIBO del El Espectador, señalando los usos e interacciones en las redes sociales: Facebook, Instagram y YouTube.

⁶ Daza, E; Gutierrez, C 13 may. 2020. Análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT (entrevista). Bogotá, Colombia, BIBO-El Espectador-.

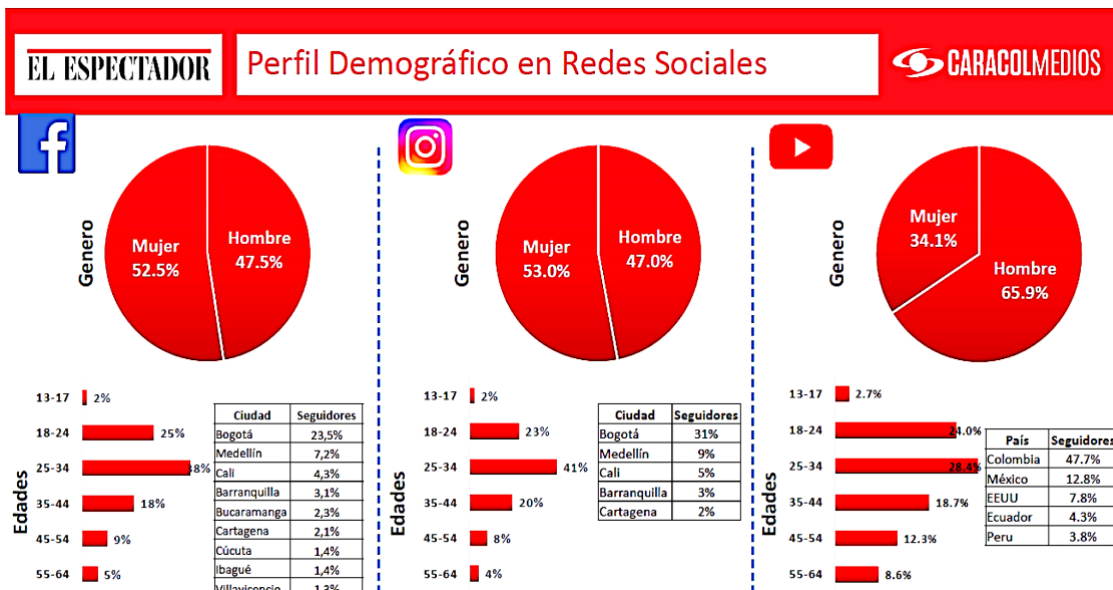


Figura 11. Perfiles demográficos campaña BIBO
Fuente: Informe de audiencias BIBO 2020:7.

5.1.3 Análisis de la caracterización de los 10 planes de comunicación

Se evidencia disparidad en cuanto a la experticia y conocimiento en la implementación de los planes de comunicación. Hay organizaciones pequeñas que no cuentan con un área de comunicaciones, en las cuales son los coordinadores de los proyectos quienes asumen la implementación de estos planes, en algunos casos con apoyo y asesoría de terceros, como fue el caso de MFI en Honduras. Se observaron productos de comunicación que fueron contratados a terceros como IIAP en Colombia y FDSF en Honduras. Por otro lado, tienen un componente comunicacional más fuerte, organizaciones como Rainforest Alliance en Honduras, y FEDEMADERAS, CARDER y ASOCARS, en Colombia, las cuales cuentan con un área de comunicación y tienen experiencia y plataformas robustas para sus acciones de comunicación.

Las temáticas desarrolladas en los proyectos ejecutados y seleccionados para el análisis se distribuyen de la siguiente manera: en Honduras se abordaron los temas de legalidad, gobernanza y consumo de madera legal. En Colombia se desarrollaron temas de legalidad, gobernanza, consumo de madera legal y visibilidad. En el cuadro 12 se identifican los temas por país y las organizaciones que los abordaron. Aunque algunos proyectos centran sus acciones y actividades al tema de legalidad, o consumo responsable, es importante resaltar que en su mayoría las organizaciones impulsan estos frentes, fortaleciendo los procesos de gobernanza forestal en sus territorios.

Cuadro 12. Temas abordados en los proyectos y como contenidos de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT, analizadas en Honduras y Colombia

Temas Honduras	Organizaciones	Temas Colombia	Organizaciones
Consumo de madera legal	CH-CFV	Consumo de Madera legal	FEDEMADERAS
Legalidad	FDsF y MFI	Legalidad	CARDER y ASOCARS
Gobernanza	Rainforest Alliance, Inc y FMV	Gobernanza	IIAP
		Visibilidad	BIBO

Es importante reconocer los sectores a los que pertenecen las organizaciones en cada uno de los países. En Honduras hay una fuerte y activa participación del sector de la sociedad civil, ONG y fundaciones sin ánimo de lucro, mientras que en Colombia el sector más representativo es el gubernamental, con las corporaciones autónomas vinculadas al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS). En los dos países se percibe una baja participación en el programa FAO UE FLEGT del sector privado. Dentro de las organizaciones analizadas solo FEDEMADERAS, que vincula alrededor de 270 Pymes de Colombia, tiene representatividad del sector privado.

En cuanto a la integración de acciones por parte de las organizaciones socias respecto a las cuatro categorías sugeridas por el Programa, en el anexo sobre la perspectiva de género se identifica que: para la categoría de diálogo normativo y político se resaltan las acciones y logros de FEDEMADERAS en Colombia, quienes integraron la realización de análisis de género como herramienta para una formulación de políticas. En la categoría de nivel organizacional se resalta el estudio de medios de vida realizado por FDSF en Honduras.

En la categoría de implementación y mecanismos de entrega, se evidencian las acciones de todas las organizaciones por realizar convocatorias inclusivas y llevar registros de datos diferenciados por género y edad de los eventos y capacitaciones realizadas. En la cuarta categoría de asociaciones, se reconoce la alianza generada entre CARDER y FEDEMADERAS para impulsar en el departamento de Risaralda, la incorporación de acciones de inclusión y equidad por parte de algunas empresas forestales.

Solo tres de diez organizaciones integraron acciones específicas frente a la perspectiva de género. Aunque el listado de actividades para las categorías sugeridas por la FAO es detallado y completo, las acciones implementadas por las organizaciones no incluyen gran parte de las actividades señaladas por esta organización (Anexo 1). Esta dificultad de incorporar en su totalidad las acciones refleja las características del sector forestal, el cual es un gremio mayormente masculino, sumado a la cultura machista de los países de

América Latina y el Caribe. Esto lleva a percibir la perspectiva de género en la mayoría de los proyectos, como entregables basados en cifras y números de participación.

Hay un factor común en los dos países y es el empoderamiento de las mujeres de las comunidades afrodescendientes. En Honduras la comunidad en Olancho, por testimonios de diferentes integrantes de las organizaciones, coincidieron que sus mujeres hacen parte de la gobernanza, participando en la toma de decisiones y siendo representantes reconocidas por el sector. De igual manera en Colombia, la coordinadora de comunicaciones de la mesa forestal del Chocó, resalta que las mujeres en su comunidad participan no solo en cargos administrativos, sino que también se ponen las botas y entran a realizar las labores en el bosque.

Frente al seguimiento del esquema sistémico de los planes de comunicación, cuatro de las organizaciones entrevistadas consideraron que su experiencia de varios años trabajando en los territorios, era suficiente como actividad de diagnóstico. Mientras que otras organizaciones identificaron el diagnóstico realizado para el proyecto a implementar dentro del Programa, como el diagnóstico para el desarrollo del plan de comunicación. La implementación correcta del diagnóstico no solo permite identificar el contexto, sobre que tanto sabe o no la gente del tema a comunicar, los públicos objetivos y los mejores productos y canales, sino que sirve de base para planificar mejor las actividades de seguimiento, monitoreo y evaluación.

Dentro de los planes de comunicación que integraron estas actividades, se resalta lo implementado por FDSF en Honduras, quienes realizaron visitas previas de diagnóstico, y a su vez, integraron evaluaciones para sus eventos, que permitieron obtener la percepción de los asistentes frente a la pertinencia de los contenidos, la calidad y cumplimiento de la organización. Así como las actividades de seguimiento al proceso realizadas por el MFI en Honduras, donde las autoridades regionales demostraron la incorporación de los conocimientos adquiridos durante el proyecto, siendo ellos los facilitadores y expositores de dos talleres de capacitación sobre el proceso AVA FLEGT.

Dentro de algunos de los proyectos implementados, se realizaron intercambios de experiencias, que permitieron conocer de cerca los procesos avanzados en Guatemala y México en la última década, sobre los beneficios que generan los bosques que cuenta con planes de manejo y gestión, frente a los bosques que están bajo una figura de conservación exclusiva. Estos procesos han logrado frenar la tala ilegal y asegurar un consumo responsable de madera, que da como resultado la conservación de los bosques y fortalecimiento las comunidades que viven de estos, a través de la consolidación de su gobernanza forestal.

Los proyectos implementados en **Honduras** integran las siguientes cifras:

- Alrededor de 1975 personas asistieron a talleres, capacitaciones y eventos de los proyectos, lo cuales son habitantes de 27 municipios de seis departamentos.
- Seis Plataformas de Gobernanza Ambiental fortalecieron sus conocimientos e incidencia en las acciones frente a la lucha contra la tala ilegal, el cuidado de los bosques y las comunidades que viven de ellos.
- 60-70 empresas del sector forestal fueron capacitadas e incorporaron en sus prácticas las tablas, guías, metodologías y demás herramientas sobre legalidad.
- Aproximadamente 85 000 ha de bosque se encuentran bajo planes de manejo y gestión.

En **Colombia** las cifras que se identifican son las siguientes:

- Un total de 41 autoridades ambientales regionales se involucraron en los proyectos implementados.
- Más de 2 000 personas atendieron a talleres, capacitaciones y eventos.
- Alrededor de 110 empresas aplicaron y se vincularon a las capacitaciones, asistencias y normativas de legalidad.
- 11 589 632 569,428 personas observaron los productos de la Campaña BIBO El Espectador.

En los dos países se generaron importantes alianzas, con diferentes sectores. Los esfuerzos en actualizar bases de datos y generar mapas de actores, son importantes y significativos en los resultados; sin embargo, son pocos los datos sobre el número de hectáreas de bosque impactados positivamente, bajo planes de manejo y gestión, gracias al fortalecimiento de la gobernanza forestal impulsada por los proyectos. La única organización que entregó cifras en su informe final sobre este impacto fue Rainforest Alliance.

Los bosques constituyen el eje sobre que se desarrolla el Programa FAO UE FLEGT. Visibilizar desde la comunicación los impactos positivos generados sobre ellos, se percibe como una prioridad; así como la dignificación de la labor de quienes trabajan y viven de los bosques cumpliendo los esquemas y protocolos de legalidad.

De las entrevistas y conversaciones sostenidas con los participantes del Programa se identifica que las rutas de la ilegalidad tanto de la madera, como de la droga y de las personas son las mismas; en los dos países esto es resultado de profundos y complejos problemas sociales a causa de la desigualdad, pobreza y violencia debido al conflicto por el control y cambio de usos de la tierra. Lo que evidencia la importancia de sumar esfuerzos al integrar la comunicación para impactar en el cambio de estas condiciones, una comunicación efectiva que logre dinamizar alianzas estratégicas con actores y sectores comprometidos en combatir las realidades que padecen los territorios.

Los esfuerzos de programas como FAO-UE FLEGT por fortalecer las capacidades comunicativas de las organizaciones, al permitir que sean ellas las que implementen sus planes de comunicación, reflejan avances en el fortalecimiento local. Aun así, la comunicación estratégica del Programa se instala con una estructura vertical que no llega a integrar a los actores de los proyectos en su implementación. En este sentido, se abre la reflexión sobre cómo lograr que la comunicación estratégica vincule lineamientos y acciones del enfoque de la comunicación para el cambio social, que logre incorporar la participación de las comunidades, permitiendo que sean ellas con quienes se construyan y elaboren los productos y acciones de visibilidad.

5.2 Objetivo específico 2:

Categorizar la información de los planes de comunicación, identificando dimensiones que permitan un análisis estructurado sobre el proceso de la comunicación del Programa FAO-UE FLEGT, en los países seleccionados.

Para el análisis de este proceso de comunicación y visibilidad del programa FAO UE FLEGT, las dimensiones seleccionadas para la categorización son las siguientes:

- Mensajes.
- Productos y canales.
- Públicos y aliados.

Estas dimensiones responden a los componentes fundamentales en los procesos comunicativos, y a los componentes relevantes entregados a las organizaciones socias por medio de los lineamientos de comunicación del Programa. Al igual que en el objetivo específico uno, se detallarán estas categorías por países y organizaciones para luego poder realizar el análisis de los procesos desarrollados en cada país.

5.2.1 Categorías identificadas en los planes de comunicación en Honduras país AVA



En Honduras el proceso de identificación de las dimensiones se realizó de manera participativa, durante la realización del grupo focal en La Ceiba, con tres de las cinco organizaciones socias. Fue un espacio de reconocimiento y retroalimentación, tanto para esta investigación, como para los procesos internos de las organizaciones. Para la actividad introductoria o rompe hielo, la facilitadora invitó a los participantes a realizar la dinámica en grupos llamada: Un *comic* sobre el AVA. La actividad tenía como objetivo identificar los principales mensajes del programa para los participantes por recordación y prioridad.

Los resultados de esta actividad están organizados en el cuadro 13: en la columna izquierda se encuentran las fotos de los grupos que se conformaron y en la columna derecha los mensajes elaborados por cada grupo. La invitación a elaborar los *comics* permitió a la facilitadora realizar reflexiones sobre el uso efectivo de los colores de los

fondos, las letras o dibujos, tamaños, disposición de los elementos cuando se busca una comunicación efectiva.

Cuadro 13. Descripción de la actividad inicial, durante el grupo focal realizado el 28 de marzo en La Ceiba, Honduras

Imagen del Grupo de trabajo	Mensajes ¿Qué es el AVA?
	<p>Acuerdo entre la UE y el gobierno que lleva a una ejecución sobre la gobernanza, control de la legalidad y comercialización efectiva.</p> <p>“Ventana hacia el comercio como la gran oportunidad”</p> <p>Mejorar la gobernanza forestal.</p> <p>Mejorar la gobernanza forestal: disminuye la tala ilegal, problemas sociales y la degradación ambiental.</p>
	<p>El comercio legal e ilegal de la madera. Grupos agroforestales.</p> <p>Importancia de los viveros forestales para reforestar.</p> <p>Las fábricas transformadoras apoyadas por el AVA, COATLALH a través de talleres y el acceso a máquinas y protocolos de manejo.</p>
	<p>Protección y conservación de los recursos naturales: “Cuidar el bosque es cuidar el agua”.</p> <p>Alianzas con las ONG, y las capacitaciones fortalecen las comunidades y protegen los recursos naturales.</p> <p>El AVA comenzó en el 2014, es un acuerdo voluntario, no es un proyecto es un PROCESO, hemos avanzado creando conciencia de la legalidad en los territorios, visibilizando los vacíos en el manejo forestal.</p>
	<p>Nuestra historia</p> <p>Audiencias el mensaje será comunicado al más alto nivel.</p> <p>El AVA FLEGT un avión que llegó desde 2012, aún no termina de aterrizar, las luces que lo guían son la aplicación de las leyes, gobernanza y comercio justo que brinde ingresos.</p>

	<p>Mientras termina de aterrizar miles siguen migrando a U.S.A y los bosques se siguen talando de manera ilegal.</p>
	<p>El AVA brinda una lupa sobre el país y su proceso dando reconocimiento internacional, brinda oportunidades de negocios a través del comercio legal.</p> <p>Es la posibilidad de la sostenibilidad</p>
	<p>En una línea de tiempo: antes estaba la ilegalidad y falta de gobernanza, luego han surgido los procesos sociales, ambientales y económicos la flecha apunta hacia la legalidad “Rumbo a la legalidad AVA FLEGT”.</p> <p>Antes era un sector de principalmente hombres ahora se ha integrado y reconocido a las mujeres.</p> <p>Primero cada uno jalaba agua para su molino, el AVA trae beneficios para TODOS. Mensaje: “Mente sana corazón limpio”</p>

A continuación, en el cuadro 14 se describen los mensajes divulgados en los proyectos y planes de comunicación en Honduras, se mantiene la identificación por colores* para los temas que desarrollaron en los proyectos, cada una de las organizaciones.

Cuadro 14. Mensajes divulgados en los planes de comunicación por las organizaciones socias bajo análisis en Honduras

<p>Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer la cadena forestal. - Motivación a la compra preferencial. - Sensibilización a la población para la buena gobernanza. - Descripción del proyecto y mensajes de socialización. - Sensibilización al público sobre conservación de los recursos naturales.
<p>Fundación Madera Verde (FMV)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la gobernanza para reducir la tala ilegal. - ¡Infórmate y participa! - Estar dentro es mejor que estar fuera. - El Plan de acción es una propuesta para combatir la tala ilegal en el mundo

Rainforest Alliance
<ul style="list-style-type: none"> - Socialización del proyecto, fortaleciendo capacidades de gobernanza y legalidad. - La importancia del AVA FLEGT para fortalecer el comercio legal de la madera. - Conceptos AVA. - Gobernanza en la cadena de valor forestal. - Mercado legal de la madera nacional e internacional.
Monitoreo Forestal Independiente (MFI)
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos sobre ¿Qué es el AVA FLEGT? - Capacitación en la metodología evaluación Económica del Daño Ambiental (EDA). - Sistema para asegurar la legalidad de los productos de madera en Honduras. - Definición de legalidad y tablas de legalidad. - Los indicadores y medios de verificación no forestales y el involucramiento de las instituciones gubernamentales.
Fundación Democracia sin Fronteras (FDSF)
<ul style="list-style-type: none"> - La mejor madera es la legal - El AVA contribuye a la mejora de gobernanza forestal. - Metodología de contraloría social al AVA Honduras. - Capacitación sobre el Sistema para Asegurar la Legalidad de los Productos Forestales de Honduras (SALH) y Tablas de Legalidad. - Seguimiento a la implementación de las medidas complementarias.

* Colores por Tema:

Consumo responsable
Legalidad
Gobernanza

En el cuadro 15 se identifican los productos y canales utilizados en los proyectos y planes de comunicación, por cada una de las organizaciones socias en Honduras.

Cuadro 15. Productos y canales en los planes de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Honduras

Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV)
<ul style="list-style-type: none"> - Murales: ICF, Municipalidad y centros educativos. - 5 talleres regionales en Francisco Morazán, Cortes, Atlántida, Olancho y El Paraíso. - Elaboración de la guía de procedimiento para implementar las compras preferenciales municipales. - Campañas en redes sociales y página de internet de la organización. - Ferias de productos elaborados con madera legal. - Vídeos, banner, carpetas. - Publicación diario La Prensa

Fundación Madera Verde (FMV)
<ul style="list-style-type: none"> - Reuniones comunitarias. - Post en redes sociales - Cuñas de radio, foros T.V. - Entrevistas a funcionarios gubernamentales. - Banner, afiches, trifolios, camisetas, llaveros, bolígrafos y folletos. - Vídeo de sistematización. - Intercambio de experiencias.
Rainforest Alliance
<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones en página de internet. - Plataformas en Facebook para promover productores legales. - Spots de vídeos (con subtítulos en lengua misquito) y documental. - Banner y pasa calles. - Fichas técnicas - Carpetas. - Presentaciones en Power Point (PPT). - Comunicados de prensa y en la página de internet.
Monitoreo Forestal Independiente (MFI)
<ul style="list-style-type: none"> - Publicaciones en las redes sociales del MFI: Facebook, Twitter y LinkedIn. - Matriz metodología Evaluación Económica del Daño Ambiental (EDA). - Presentaciones en PPT para uso en las capacitaciones. - Notas de radio y televisión en el Paraíso.
Fundación Democracia Sin Fronteras (FDSF)
<ul style="list-style-type: none"> - Boletines Al día con el AVA-FLEGT. - Banner - Elaboración de guía metodológica y Herramientas de Contraloría Social al AVA FLEGT - Foro sobre “Expectativas del AVA FLEGT en Honduras”. - Talleres. - Actualización de información en la página WEB de la FDSF

En el cuadro 16 se relacionan los públicos objetivos y alianzas generadas en los proyectos y planes de comunicación desarrollados por las organizaciones socias en Honduras.

Cuadro 16. Público objetivo y alianzas identificadas en los proyectos y planes de comunicación desarrollados por las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Honduras

Consejo Hondureño para La Certificación Forestal Voluntaria (CH-CFV)
<ul style="list-style-type: none"> - Organizaciones del sector forestal: productores, transformadores y consumidores. - Instituciones: municipales, privados, ONG´S y cooperantes. - Silvicultores - Público general.

Fundación Madera Verde (FMV)
<ul style="list-style-type: none"> - Actores de la cadena de valor forestal, latifoliado. - Cooperativas, CORAMEHL, ANPFOR, juntas de agua, ebanistas. - Municipalidad, INA, Min. Trabajo, Min. Público, FEMA, UNICAF, ICF. - COLPROFORH, ANASILH, UNACIFOR. - CURLA, COATLAHL, MAPSP. - COMITÉ TÉCNICO, COMITÉ PETIT Y SETAVA.
Rainforest Alliance
<ul style="list-style-type: none"> - Empresas agroforestales comunitarias. - Autoridades del gobierno. - Autoridades municipales. - Pueblos indígenas y afrodescendientes: Misquito, Garífuna. - Sociedad civil. - Socios estratégicos. - Ebanistas. - Proveedores de insumos y equipos.
Monitoreo Forestal Independiente (MFI)
<ul style="list-style-type: none"> - Instituciones vinculadas a la regulación de leyes forestales. - Dueños de bosque. - Empresas del sector maderero. - Academia. - Entidades del gobierno.
Fundación Democracia Sin Fronteras (FDSF)
<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno. - Sociedad civil. - Sector privado. - Comunidades indígenas: Taguacas, Misquitos, Garífunas, Tolupanes. - Plataformas de Atlántida, Ayoro, Olancho y Colón. - FEHCAFOR.

5.2.1.1 Análisis de las categorías identificadas en Honduras

Se evidencia conocimiento y apropiación por parte de las organizaciones que han implementado proyectos en Honduras sobre ¿Qué es el AVA? Los mensajes sobre gobernanza forestal, consumo responsable de madera legal y las certificaciones y protocolos de legalidad han sido los ejes de la comunicación del proceso en Honduras. Las organizaciones se reconocen y definen como parte de un proceso de largo alcance. Se evidencia un poco de cansancio y manifiestan que quieren ver mayor aplicación de lo logrado en estos años de consensos, capacitaciones, talleres y herramientas, sobre todo en el tema de control de la ilegalidad. Las plataformas, cooperativas y comunidades han fortalecido su gobernanza y empoderamiento, aun así, hace falta darle mayor reconocimiento y dignidad a la labor de los actores del sector forestal que le han apostado al Acuerdo Voluntario.

Frente a la generación de conocimiento se han elaborado productos y herramientas con calidad y claridad sobre qué es el AVA. Los 13 boletines elaborados por FDSF Al Día con el AVA FLEGT son productos que hacen uso de lenguaje sencillo y asequible a todo público, donde se puede conocer la historia y las condiciones que permitieron llegar a la firma del AVA en Honduras, contaron con regularidad y constancia en su distribución. Lograron alcance a diferentes públicos debido a que las copias impresas las distribuían en los eventos, y a su vez las subían en formato digital a la página web de la fundación.

Dentro de las herramientas de generación de conocimiento elaboradas se destacan, por el alcance e impacto logrado, la metodología EDA desarrollada por el MFI, la cual fue validada y aprobada por CONAPROFOR e incluida por la Fiscalía especial de medio ambiente junto con los protocolos de incumplimientos de ley. Este caso permite diferenciar que el impacto en comunicación debe medirse no solo bajo indicadores de cantidad de productos elaborados y entregados, sino integrando acciones de monitoreo y evaluación que permitan identificar evidencias en el cambio de comportamientos o adopción de nuevas prácticas, gracias a la incorporación de las herramientas y productos desarrollados.

Frente a el interrogante expuesto por la demanda de esta investigación, sobre el bajo impacto del programa debido a la poca divulgación de los proyectos en la red social Twitter. La investigación confirmó a través de las entrevistas realizadas, que no es una red social de uso cotidiano por la mayoría de los miembros de las organizaciones socias, mucho menos por los participantes de los proyectos en las comunidades. La consideran muy limitada por la restricción en el uso de los caracteres. La red social que más usan para divulgar los eventos y alcances de los proyectos es Facebook, donde todas las organizaciones cuentan con perfiles institucionales.

Sin embargo, el canal de comunicación identificado por las organizaciones con alcance a lugares remotos y de mayor uso por parte de los trabajadores en la cadena forestal es la radio, las personas que trabajan dentro de los bosques en su mayoría son adultos que, traen por generaciones, la costumbre y uso de la radio como el único medio para mantenerse informados.

Los productos como pasacalles y murales dan buenos resultados, ya que permiten continuidad en la visibilidad y efectivos para la divulgación, además de sus bajos costos. Tanto el CH-CFV, como la FMV, ubicaron pasacalles en las principales vías para la convocatoria a las capacitaciones y eventos. El CH-CFV y la FDSF, elaboraron murales que hasta el momento se mantienen vigentes.

En Honduras no se identifican alianzas entre las organizaciones socias y los medios de comunicación masiva, se observó que los planes de comunicación integraron de manera reducida el uso de canales de televisión o prensa, para la visibilidad de sus acciones. En

el grupo focal, se mencionó que este tipo de canales se deben manejar desde el ICF y la SETAVA directamente, debido a los altos costos que implican.

Por su parte, la aplicación WhatsApp, es el canal más directo, masivo y disponible tanto para las organizaciones como para las comunidades. Permite articular la comunicación interna como la externa. Por ejemplo, el enlace del Programa en Honduras, después de las reflexiones generadas durante el grupo focal, decidió abrir un grupo de WhatsApp que permitiera la comunicación entre las organizaciones socias, con el objetivo de compartir información sobre eventos y actividades, y así impulsar en sus redes la información compartida.

En cuanto a YouTube, Aunque la mayoría de las organizaciones cuentan con canales en esta aplicación, la visualización de los vídeos que publican es muy baja, comparada con el número de inscritos a los mismos. Dentro de los productos analizados por este canal, se destacan los vídeos elaborados por Rainforest Alliance, debido a que poseen alta calidad tanto en las imágenes, edición, sonido, y sobre todo por su apuesta inclusiva al integrar subtítulos en lengua Misquito.

5.2.2 Categorías identificadas en los planes de comunicación en Colombia país No AVA

En Colombia debido a la cancelación del grupo focal programado para el 17 de marzo en Bogotá en las instalaciones de la FAO. El proceso de identificación de las dimensiones fue a través de la información recolectada en el proceso de caracterización y las entrevistas virtuales realizadas.

A continuación, en el cuadro 17 se describen los mensajes divulgados en los proyectos y planes de comunicación en Colombia, se mantiene la identificación por colores* para los temas que se desarrollaron en los proyectos, cada una de las organizaciones.

Cuadro 17. Mensajes divulgados en los planes de comunicación por las organizaciones socias bajo análisis en Colombia

Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS)
<ul style="list-style-type: none">- Fortalecimiento a empresas productoras y segmentos de la oferta, para crear mercado legal en Colombia con elementos de equidad de género.- Lineamientos para un modelo de negocios a partir de bosque natural inspirado en Guatemala- Fortalecimiento de legalidad.- Empresas de transformación y producto final de madera se fortalecen para mejorar el cumplimiento de la legalidad forestal y tributaria.- Construcción de concepto de modelo de negocios.

<p>Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información sobre el sistema nacional de trazabilidad forestal de Colombia. - Apoyo al desarrollo, implementación y uso del Libro de Operaciones Forestales en Línea - LOFL- a través de la participación de las autoridades ambientales y otros actores claves - Sistema nacional de trazabilidad forestal.
<p>Corporación Autónoma de Risaralda (CARDER)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ruta de la Legalidad Forestal. - Parámetros para establecer una Ruta de la Legalidad Forestal en el departamento de Risaralda/Colombia. - Operativos forestales realizados en la ruta Risaralda-Choco. - Aspectos generales del comercio de madera en los depósitos reconocidos como legales en Risaralda. - Manejo de maderas en los depósitos.
<p>Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico IIAP</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento de la Mesa Forestal del departamento del Chocó. - Caracterización de actores de la actividad productiva forestal. - Plan de Desarrollo Forestal del Chocó. - Retos y oportunidades en la aplicación de los protocolos de seguimiento y control al aprovechamiento, movilización e industria en los municipios de Bahía Solano, Quibdó y Rio Sucio departamento del Chocó. - Invitación a la Asamblea General de la Mesa Forestal del Chocó. - Existe un espacio, donde nos podemos sentar entre ingenieros forestales, ebanistas, comercializadores, coteros, cortadores de madera, instituciones; es decir, todos lo que hacemos parte de esta importante cadena. Mesa Forestal, un espacio para fortalecer el sector y buscar soluciones conjuntas. PROGRAMA FAO - FLEGT a través de convenio suscrito con el IIAP. - Visibilizar y caracterizar los diversos eslabones que hacen parte de la cadena forestal en el Chocó y diseñar planes de trabajo donde se tengan en cuenta los intereses de todos, priorizando el tema de aprovechamiento de manera racional y sostenible. Son algunas de las metas que se buscan cumplir a través del convenio suscrito entre el PROGRAMA FAO – UE - FLEGT – IIAP.
<p>Campaña BIBO - El Espectador</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colombia reconoce legalidad de las industrias forestales. - Sector forestal en Colombia con madera legal y equidad de género. - Inició el proyecto de Fortalecimiento de la Mesa Forestal del Departamento del Putumayo - Con apoyo de la FAO y la Unión Europea se desarrolla Libro de Operaciones Forestales en Línea - Colombia avanza en el fortalecimiento de espacios de diálogo técnico hacia la incidencia política. - La gobernanza forestal gana espacio en el Chocó. - Fortalecimiento de la cadena forestal en el Cauca Andino, de inicio a fin un proceso que nos vincula a todos. - Más árboles para el Cauca.

- Gobernanza, mitos y realidades del sector forestal.

* Colores por Tema:

Consumo responsable
Legalidad
Gobernanza
Visibilidad

En el cuadro 18 se detallan los **productos y canales** utilizados en los proyectos y planes de comunicación, por cada una de las organizaciones en Colombia

Cuadro 18. Productos y canales en los planes de comunicación de las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Colombia

Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS)
<ul style="list-style-type: none">- Publicaciones durante las etapas del proyecto en la página de internet de FEDEMADERAS- Boletines semanales en la Revista FEDEMADERAS.- Talleres de inicio y clausura del proyecto.- Elaboración de CD con presentación síntesis del proyecto.- Infografía digital.- Difusión en redes sociales y medios de comunicación.- Post de 100 palabras en Campaña BIBO Bosques Territorios de Oportunidad-alusivo al proyecto.- Publicaciones en el boletín Eventos Sectoriales de Revista M&M.- Guía de cumplimiento tributario.- USB entregadas en los talleres con información del proyecto.
Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS)
<ul style="list-style-type: none">- Twitter, Facebook y página de internet de ASOCARS- Creación del micrositio web del Libro de Operaciones Forestales Legales-LOFL-- Mapa de actores claves.- Taller nacional presencial/virtual- 10 videoconferencias- Vídeo promocional.- 5 eventos regionales de socialización.- Pendón usado en los talleres y eventos.- Taller de cierre del proyecto.- Usaron la red de comunicación con las 33 corporaciones vía Facebook y twitter

<p>Corporación Autónoma de Risaralda (CARDER)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventos (8 talleres y 4 Jornadas de acompañamiento técnico). - 204 visitas de acompañamiento técnico a las 42 empresas que fueron seleccionadas. - Afiches sobre transporte de madera legal. - Cartillas sobre manejo de maderas en depósitos. - Plegables sobre la ruta de legalidad forestal. - 1 video (200 copias en Cd) sobre el proceso de control y vigilancia forestal. - Plegable promocional del Proyecto. - Cinco Infografías alusivas a los principales logros del Proyecto. - 5 spots publicados en el canal de YouTube sobre los diferentes resultados del proyecto. - Página web de CARDER. - Directorio de periodistas y medios de comunicación a quienes enviaron la información.
<p>Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico IIAP</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 talleres regionales y de socialización. - Publicaciones en la página de Facebook para visibilizar los avances. - Construcción de la página de internet de la Mesa Forestal del Choco. - Pautas radiales en emisoras con cobertura rural. - Video desarrollado para la mesa forestal del departamento del Chocó - Folletos con la caracterización de actores. - Cartillas instructivas del Plan de Desarrollo Forestal del Chocó. - Kit promocional: camisetas, gorras, agenda y bolígrafos. - Emisión de comunicados de prensa en medios locales. - Q Radio, Radio Universidad del Chocó, emisora comunitaria COCOMACIA Estéreo. - Listas de difusión por WhatsApp.
<p>Campaña BIBO - El Espectador</p> <ul style="list-style-type: none"> - Columnas, cápsulas y especiales editoriales publicadas en Bibo de El Espectador impreso y digital. - Publicaciones en redes sociales Twitter y Facebook. - Cubrimientos de eventos en Bogotá. - El espectador hace parte del grupo de medios Caracol, el mayor grupo de comunicación de Colombia: televisión canal nacional e internacional por internet, Blue radio, la Revista VEA la campaña se divulgó en estas plataformas.

En el cuadro 19 se relacionan los **públicos objetivos y alianzas** generadas en los proyectos y planes de comunicación respectiva a cada organización social en Colombia.

Cuadro 19. Público objetivo y alianzas identificadas en los proyectos y planes de comunicación desarrollados por las organizaciones socias del programa FAO-FLEGT bajo análisis en Colombia

<p align="center">Federación Nacional de Industriales de la Madera (FEDEMADERAS)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Empresas del sector forestal, madera y mobiliario. - Delegados de Organismos internacionales, funcionarios de Gobierno Nacional, instituciones financieras públicas, autoridades ambientales y de apoyo al sector - Directivos, funcionarios de áreas contables, financieras y administrativas, de empresas del sector forestal, madera y mobiliario. - 12 autoridades ambientales regionales, entre ellas CARDER quienes adoptaron la política de equidad de género en su gestión, a su vez, los miembros del Proyecto de CARDER, contribuyeron en la construcción de lineamientos del modelo de negocios para el bosque natural. - Ministerio de Ambiente. - Autoridad de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. - Dirección de Policía de Tránsito. - Escuela taller. - La campaña desde 2009 con la UE, WWF, BIBO.
<p align="center">Asociación de Corporaciones Autónomas y de Desarrollo Sostenible (ASOCARS)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Público interno: Profesionales líderes del proyecto. - Público externo: desarrolladores LOFL, - Autoridades ambientales y otros actores priorizados. - Comunidad en General. - Min. Ambiente, IDEAM e ICA - FEDEMADERAS - Autoridades ambientales urbanas.
<p align="center">Corporación Autónoma de Risaralda (CARDER)</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Funcionarios y contratistas de la CARDER que realizan labores de control y vigilancia. - Corporaciones autónomas regionales: Codechocó, CORPOCALDAS, CRQ, CVC, Cortolima. - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS). - Empresarios de la madera, dueños de depósitos y administradores de estas empresas en el departamento de Risaralda. - Miembros de la Policía de Risaralda. - FEDEMADERAS
<p align="center">Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico IIAP</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Actores de la cadena forestal, en especial los aserradores, transportadores y pequeños transformadores del departamento del Chocó. - Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible – MADS. - Instituto de Investigaciones del Pacífico – IIAP. - Mesa Forestal del Chocó Gobernación del Chocó. - Comunidades Negras e Indígenas CODECHOCO. - Universidad del Chocó.

Campaña BIBO - El Espectador

- Sociedad civil.
- Líderes de opinión.
- Tomadores de decisiones.
- Comunidades de base.
- Niños y niñas de 8-18 años, papás y cuidadores.
- WWF, ISAGEN, Bavaria y EPM.
- Grupo de medios Caracol, el mayor grupo de comunicación del país, canal internacional, Blue radio, la revista VEA.

5.2.2.1 Análisis de las categorías identificadas en Colombia

El Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia (PIMLC) y el proceso de la hoja de ruta FLEGT iniciado desde 2010, evidencian un terreno fértil, con frutos y grandes avances de los proyectos implementados. Se resaltan la visibilidad de los mensajes hacia el consumo responsable de madera legal, tanto a los consumidores como a las empresas y actores de la cadena forestal, motivándolos a sumarse a los diferentes mecanismos de certificación y vinculación a las Rutas de Legalidad Forestal. El alcance masivo de la campaña BIBO de El Espectador, logró posicionar y visibilizar los mensajes en diferentes esferas del país.

Una de las acciones de visibilidad más relevantes fue la implementada en las paradas de buses, la cual duró 14 semanas en cuatro ciudades y tres semanas en Bogotá. Lo que permitió gran alcance en cobertura, identificada por su contundencia y recordación. Es un ejemplo de lo importante de las alianzas y suma de esfuerzos, que se traducen en logros. Esta campaña se realizó gracias a la articulación de FEDEMADERAS, la coordinadora de comunicaciones del Programa en FAO SLM (quien realizó el diseño de los afiches), la WWF, quien cedió los derechos de las fotos, y La Campaña BIBO, que realizó también divulgación en sus medios impresos y digitales.

Los canales y productos en Colombia muestran mayor inclinación por los medios impresos y digitales. A nivel regional y local, se resaltan los talleres, seminarios y encuentros como espacios para impulsar los objetivos de los proyectos, idóneos para la socialización y capacitación, mayormente de manera presencial, pero también de manera virtual, tales como las videoconferencias implementadas por ASOCARS.

El uso de las cuñas radiales por parte de la Mesa Forestal del Chocó demuestra, así como en Honduras que, para las regiones apartadas, con limitado acceso a medios de comunicación y conectividad a internet, el canal más cercano para la gente es la radio, ya que ha sido el canal usado por generaciones para mantenerse informados.

El uso de la red social Twitter es mucho más activa en Colombia que, en Honduras, debido a que predominan dentro de las organizaciones socias instituciones

gubernamentales, principalmente las corporaciones autónomas ambientales, las cuales son entidades que responden al carácter público y las dinámicas institucionales de esta red.

Por otro lado, de igual forma como ocurre en Honduras, el manejo de los canales de YouTube de las organizaciones no cuenta con la divulgación y fuerza suficiente por parte de sus administradores. Se realizan vídeos de muy buena calidad, pero estos no alcanzan a llegar a otros sectores. Ejemplo de lo anterior son los Spots de vídeo realizados por CARDER, en los cuales se muestran experiencias de éxito y resultados del proyecto, pero, aunque el canal cuenta con más de 700 suscriptores, las visualizaciones de estos vídeos oscilan entre 50-70 en total, lo cual representa menos del 10% de sus suscriptores.

5.3 Objetivo específico 3:

Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación, en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras, y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

En este objetivo y producto final se identifican: lecciones aprendidas del proceso de comunicación del Programa

Lecciones aprendidas

- La inclusión de subtítulos con la traducción a idiomas propios en los productos audiovisuales, permite fortalecer la identidad y apropiación de las comunidades dando el reconocimiento y valor cultural que estas tienen, como se evidenció en los vídeos realizados por Rainforest Alliance.
- La perspectiva de género refleja retos sobre los cuales seguir reflexionando para avanzar en la incorporación de acciones, que integren mejor un enfoque de equidad e inclusión, no solo de género si no también de grupos etarios y étnicos.
- Las sinergias, alianzas y articulaciones entre las organizaciones socias, los encargados de comunicación de la FAO en cada país y la coordinación de comunicación del Programa para ALC, permite la generación de productos contundentes con buena calidad, que logran la visibilidad de los actores en acción.
- La construcción de confianza y cercanía con las organizaciones socias, que permite una comunicación interna efectiva, se ha logrado gracias a la disposición de apoyar y resolver dificultades, por parte de los enlaces de cada país, al igual que el acompañamiento constante de la coordinación de comunicaciones del programa para ALC.

- Cuando las organizaciones socias generan articulaci3n, relaciones y alianzas se logran impulsar unas a otras, tanto en la aplicaci3n de las herramientas y productos que cada una realiza, como la divulgaci3n y apoyo en las actividades.
- El uso cotidiano de WhatsApp y Facebook por las comunidades rurales, evidenci3 que estos son dos canales virtuales id3neos para llegar a los p3blicos meta. Seg3n lo observado, Twitter no responde a la din3mica y uso de las personas en las comunidades y organizaciones con las cuales trabaja el Programa.
- La identificaci3n por categor3as en los planes de comunicaci3n en cada uno de los pa3ses por: mensajes, canales, p3blicos y alianzas, permite a la coordinaci3n del programa identificar qu3 hace falta a3n por decir, cu3les canales no se han usado y a cu3les p3blicos hace falta llegar.
- Cuando se logra adaptar e integrar en los mensajes conceptos forestales t3cnicos y cient3ficos a lenguaje asequible, tanto para las comunidades que viven en los territorios como para los tomadores de decisiones y el p3blico en general, permite alcanzar mejor los impactos deseados.
- El espacio del grupo focal realizado con las organizaciones socias, sobre lo implementado en comunicaci3n en Honduras, permiti3 reconocer la necesidad que existe de expresar las debilidades y retos que identifican los actores del Programa. Esto evidenci3 la necesidad de abrir m3s espacios para generar intercambio de ideas, experiencias y generaci3n de soluciones de manera participativa y colaborativa.

6. Conclusiones

El Programa FAO-UE FLEGT en su apuesta por fortalecer las capacidades comunicativas de las organizaciones socias, permite que sean ellas quienes desarrollen e implementen los planes de comunicaci3n. Al analizar los diez planes, se evidenci3 disparidad en los conocimientos y experiencia en temas de comunicaci3n por parte de las organizaciones, lo cual invita a considerar la integraci3n de componentes de la comunicaci3n para el cambio social a las acciones de comunicaci3n estrat3gica, que permita un fortalecimiento tanto de las organizaciones socias como de las comunidades con quienes se implementan los proyectos.

Los impactos en las mejoras del estado de los bosques, la calidad de vida de sus habitantes y de quienes trabajan en la cadena forestal, deben integrarse como prioridades de la comunicaci3n para la gobernanza forestal. Lo cual se logra con la incorporaci3n de actividades de diagn3stico, enfocadas a la identificaci3n del contexto de manera integral. As3 como, la implementaci3n de actividades de monitoreo y evaluaci3n peri3dicas sobre las acciones de visibilidad y generaci3n de conocimientos, implementadas en los planes de comunicaci3n.

La perspectiva de género al ser de carácter no vinculante hace que las organizaciones socias, en su mayoría, se limiten a integrarla con la aplicación de convocatorias inclusivas y la identificación de participación con porcentajes de asistencia de manera diferenciada a los eventos. La incorporación de acciones de diagnósticos de manera participativa sobre el enfoque de equidad, inclusión y género que permita obtener como resultado la guía de acciones afirmativas identificadas por los actores de los proyectos en los territorios que, a su vez, incorpore la implementación de acciones de seguimiento y comunicación constante, que permita fortalecer la compleja y débil situación que presenta el sector forestal frente a la perspectiva de género.

Un factor evidente durante el desarrollo de este trabajo es que las comunidades afrodescendientes en los dos países demuestran avances y fortalezas en el empoderamiento de sus mujeres, quienes son parte activa del sector en los diferentes escalones de la cadena forestal dentro de sus comunidades. Existe una profunda relación de las mujeres afrodescendientes con los territorios, así como una gran capacidad de adaptación a las adversidades, que pueden integrar las condiciones que permiten su fortaleza y empoderamiento.

La crisis mundial debido a la pandemia por el virus COVID-19 ha llevado a que las comunicaciones virtuales y digitales sean el medio para la recolección e intercambio de información. El uso de plataformas como Zoom, Teams, Facebook Live, Webinars y Streaming se convirtieron en los nuevos canales, con los que se cuentan para generar eventos, capacitaciones, entrevistas y reuniones. Cada plataforma tiene sus propiedades y retos, que van a requerir de esfuerzos por parte del Programa y las organizaciones para desarrollar estrategias que permitan su uso adecuado, y así lograr atender las exigencias en comunicación frente a la situación actual.

7. Recomendaciones

De la investigación al Programa en Honduras

Comunicación interna

- Administrar un grupo por WhatsApp con acuerdos y manejo de usos claros entre las organizaciones socias implementando proyectos y acciones para el AVA, que permita visibilizar entre las organizaciones lo que cada una está haciendo.
- Reforzar y comprometer a las organizaciones socias en mantener comunicación constante y proactiva con los comunicadores tanto de la FAO a nivel nacional como regional.
- Lograr agilidad, claridad y prioridades en los acuerdos y acciones entre el ICF, la SETAVA y la empresa DEM que va a implementar la estrategia de visibilidad.
- Hacer seguimiento y acompañamiento a la iniciativa del ICF para capacitar a sus comunicadores en temas forestales.

- Sugerir plantillas para unificar entrega de informes finales para los planes de comunicación implementados.

Comunicación externa

- Incorporar paneles de contenidos a través de radios y televisión locales y nacionales con expertos y actores claves del proceso del AVA en las regiones, que permitan no solo visibilizar sino reforzar los conceptos, contenidos y logros alcanzados. Haciendo uso y mayor divulgación de los productos y herramientas elaborados durante las tres fases.
- Impulsar la divulgación de historias de éxito tanto de quienes han pasado de la ilegalidad a la legalidad como de las mujeres y jóvenes líderes del proceso AVA FLEGT.
- Ver la comunicación como un medio para fortalecer las áreas débiles del proceso, por ejemplo, para el control de la ilegalidad. Pensar en campañas en medios masivos que impulse el control ciudadano en el sector forestal, que resalte y dignifique la labor de quienes hacen parte de la cadena forestal legal y cómo sus acciones ayudan a conservar los bosques: “Toda la ciudadanía identifica que los camiones con madera que llevan *chips* y marcas demuestran que es madera legal”
- Realizar talleres de capacitación para las organizaciones socias para optimizar y mejorar la administración de sus páginas Web, redes sociales y canales de YouTube.
- Visibilizar los logros alcanzados como, por ejemplo, los señalados en los impactos del MFI en acciones de ley e incorporación de las herramientas en entidades como la Fiscalía especial de medio ambiente que ha incluido la metodología EDA.

De la investigación al Programa en Colombia

Comunicación interna

- Comprometer a las organizaciones socias en mantener comunicación constante y proactiva con los comunicadores tanto de la FAO a nivel nacional, como regional.
- Fortalecer las alianzas y articulación entre las organizaciones socias para impulsar y apoyar las acciones, resultados y logros de cada una.
- Asesorar, acompañar y solicitar a las organizaciones socias, que mejoren sus actividades y mecanismos de monitoreo y evaluación.
- Lograr unificar la elaboración y entrega de informes finales, donde todas las organizaciones socias, detallen y entreguen de manera completa la información de sus proyectos.

Comunicación externa

- Incorporar la entrega de USB para memorias de capacitaciones, que permita vincular el sector forestal en la elaboración de este artículo, apoyando empresas locales. Evitando así, el uso de CD los cuales son obsoletos.

- Evitar la entrega y usos de objetos a manera de recordatorios como bolígrafos, vasos, camisetas y gorras, permite que los recursos sean usados en acciones más relevantes para la comunicación de los proyectos.
- Impulsar la visibilidad de los impactos en conservación y manejo del bosque, con cifras de hectáreas de bosque manejadas; así como, de las mejoras en las condiciones de vida, de sus comunidades.

Para la coordinación del programa a nivel regional

- Invitar a las organizaciones a integrar a las organizaciones socias en la planificación de sus planes de comunicación, generando espacios de creación participativa para la elaboración de productos de comunicación con los participantes de los proyectos en los territorios.
- Realizar un foro virtual, en una plataforma de difusión que reúna un número significativo de actores del programa a nivel regional, que permita un espacio de intercambio de experiencias, preguntas y respuestas en tiempo real, generando un diálogo abierto entre los diferentes países activos en el Programa. (La Campaña BIBO El Espectador- Ha puesto su plataforma a la orden para esta actividad).
- Reconsiderar el uso de la red social Twitter como la principal para la visibilidad del Programa, debido al bajo uso y baja identificación de esta, por parte de los actores dentro del Programa.
- Considerar la aplicación del enfoque de equidad y género de manera vinculante, que incluya en los diagnósticos, procesos de construcción participativa con las comunidades con quienes se construya lo que para ellas deban ser acciones afirmativas, de inclusión, participación y toma de decisiones.
- Revisar la estructura de la comunicación interna, que permita contar con suficientes profesionales en comunicación para fortalecer el apoyo a la demanda de los proyectos en cada uno de los países.
- Implementar una evaluación del impacto de lo realizado en comunicación dentro del proceso del AVA FLEGT. Esta actividad requiere de tiempo y recursos para realizar grupos focales con los receptores en las diferentes regiones de los productos, herramientas y actividades elaborados y entregados por los planes de comunicación, implementar técnicas cuantitativas como encuestas que identifiquen la recordación e interiorización de los contenidos entregados.

De las organizaciones socias en Honduras al Programa

- Crear un repositorio virtual y público con fácil acceso a todos los actores donde se encuentren as guías metodológicas, boletines, tablas de legalidad, lista de actores del sector forestal, vídeos, documentales del proceso y en general todos los productos de generación de conocimiento.
- Instalar proyectos pilotos por regiones, donde se apliquen todos los anexos e insumos logrados hasta el momento por el Programa.

- Lograr mayor involucramiento en la comunicación del AVA por parte del gobierno y las grandes plataformas mediáticas.
- Fortalecer la articulación al interior del comité técnico, que evite la duplicidad de labores y logre optimizar los recursos, así como fomentar la complementariedad que permita pensar en la Agenda Territorial.
- Implementar acciones para que los procesos no se detengan ante el cambio cada cuatro años de administraciones y gobiernos, ello implica estar actualizando y renovando compromisos. Se debe promover una base en la política pública que permita la continuidad de la comunicación del AVA.
- Fortalecer la participación, compromiso, cumplimiento y mejoras en la alianza con la policía y los órganos de seguridad y control, que se logren incluir como grandes aliados que reconozcan el proceso y los actores que han hecho parte de este, *“que dejen de asumir que todos los camiones con madera llevan madera ilegal.”* Palabras de los asistentes al grupo focal.
- Incluir en los productos de comunicación imágenes de los protagonistas en los territorios, los que han estado participando activos estos años del proceso AVA-FLEGT.

De las organizaciones socias en Colombia al Programa

- Activar las bases de datos de los asistentes a las diferentes actividades y hacer llegar por correo electrónico información del programa.
- Formar a los directores de proyectos para entender, qué es un plan de comunicación y medios y la implementación de este.
- Crear una serie FLEGT por WhatsApp, con temas importantes por capítulos.
- Involucrar a los decanos y de academias para hablar de temas de legalidad, política, gobernanza, con los estudiantes de carreras forestales y ambientales.
- Organizar una base de datos entre los directores de proyectos de FAO UE FLEGT, para lograr un repositorio de los productos y herramientas generadas donde se compartan entre las diferentes organizaciones los productos que realizan.
- Abrir espacios de diálogo para compartir, qué ha pasado con los procesos, después de que los proyectos cierran administrativa y técnicamente.
- Involucrar a los profesionales y técnicos que se han formado a lo largo de los proyectos.
- Transmitir los mensajes por radio para los conductores de camiones que transportan madera. La mejor hora para recibir información por la radio es de 3-5 de la mañana.
- A partir de esta situación actual de la pandemia, aconsejan la implementación de piezas visuales en redes de comunicación, plataformas tecnológicas innovadoras con información sencillas y a la vez que responda a lo técnico.
- Descentralizar el sector forestal permitiendo que la información llegue más a los territorios, reconociendo e integrando a los expertos que viven en las regiones.

- Realizar un boletín Programa FAO UE FLEGT Latinoamérica y el Caribe que tenga resumen del proceso interno, logros y alcances en la región.
- Pensar en aumentar el tiempo de implementación de los proyectos, que permita dar una estrategia que aproveche más a los medios de comunicación; implementar campañas de expectativas mientras se consigue la información base

8. Referencias bibliográficas

- Almansa Martínez, AM; Amado, A; Arribas, A; Bendezú Untiveros, R; Bernal Acevedo, D; Castellero-Ostio, E; Cisneros Martínez, N; De Farias, LA; Durán Bravo, P; Guzmán Ramírez, H; Herrera Echenique, R; Islas, O; Miano, B; Nassar, P; Pancardo, R; Rafael, AP; Valle, D; 2019. Comunicación estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders. Guzmán Ramírez, H (coord); Raúl Herrera, E (coord). Bogotá. 1 Ed. realizada por el Fondo de Publicaciones Universidad Sergio Arboleda Universidad Sergio Arboleda. 263 p.
- AMEC (La Asociación Internacional para la Medición y Evaluación de la Comunicación). 2020. ¿WHO WE ARE? (en línea, sitio web). Consultado 3 ene 2020. Disponible en: <https://amecorg.com/>
- Baena Paz, G. 2017. Metodología de la INVESTIGACIÓN Serie integral por competencias. 3 ed. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. 157 p.
- BIBO (Bienestar humano y Biodiversidad). 2020. Audiencia El Espectador y BIBO 2020. El Espectador y grupo Caracol. Informe de gestión proyecto FAO-UE FLEGT. Bogotá, Colombia. 14 p
- CARDER (Corporación Autónoma Regional de Risaralda). 2019. ¿Quiénes somos? Plataforma estratégica (en línea, sitio web). Consultado 25 oct 2019. Disponible en https://www.carder.gov.co/index.php/web/es/mision-vision-valores#mision_vision_valores.
- Carrillo Durán, M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales (en línea). Revista Mediterránea de Comunicación, 5(2):22-46. Consultado 9 nov 2019. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>.
- CH-CFV (Consejo Hondureño para la Certificación Forestal). 2019. Acerca de FSC Honduras (en línea, sitio web). Consultado 25 oct 2019. Disponible en <https://centralamerica.fsc.org/es-ni/honduras>.
- CIPF (Centro de Información Patrimonio Forestal). (2014). Mapa Forestal y de Cobertura de la Tierra de Honduras: Análisis de Cifras Nacionales (en línea). Consultado 18 oct 2019. Disponible en <https://www.hondurastips.hn/2018/01/09/el-mapa-forestal-de-honduras-datos-interesantes-de-los-bosques/>
- EFI (European Forest Institute, Instituto Forestal Europeo). 2019. ¿Qué es FLEGT? (en línea, sitio web). Consultado 25 oct. 2019. Disponible en <http://www.euflegt.efi.int/what-is-flegt>.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2019a. Programa FAO-UE FLEGT: Colombia (en línea, sitio web). Consultado 15 oct 2019. Disponible en <http://www.fao.org/in-action/eu-fao-flegt-programme/where-we-work/es/#/web/country/COL>.

- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2019b. Programa FAO-UE FLEGT: Objetivos (en línea, sitio web). Consultado 10 oct 2019. Disponible en <http://www.fao.org/in-action/eu-fao-flegt-programme/background/objectives/es/>
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2018. El estado de los bosques del mundo: las vías forestales hacia el desarrollo sostenible. Roma, Italia, FAO. 153 p.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2017. Programa FAO-UE FLEGT: directrices para propuestas de asistencia directa: instituciones gubernamentales y organizaciones del sector privado países AVA y no-AVA. 2017. (documento en línea). Consultado 18 oct 2019. Disponible en: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/FLEGT/2019/2019_ES_FAO-EU_FLEGT_Direct_Request_Guidelines_all_countries_final.docx
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2020. Programa FAO-UE FLEGT: Fases anteriores (en línea, sitio web). Consultado 05 ago 2020. Disponible en: <http://www.fao.org/in-action/eu-fao-flegt-programme/background/phase-i-ii/es/>
- FAO UE-FLEGT. 2019. Plan de comunicación y visibilidad 2019 Programa FAO-UE FLEGT América Latina y el Caribe. Versión actualizada Julio 26, 2019. Panamá. 4p.
- FDSF (Fundación Democracia sin Fronteras). 2019. ¿Quiénes somos? (en línea, sitio web). Consultado 26 oct 2019. Disponible en <http://fdsf.hn/>
- FDSF (Fundación Democracia sin Fronteras). 2019a. Anexo **4.1.5.2**: Memoria taller “Impacto del AVA-FLEGT en los medios de vida con enfoque a las mujeres” 12 y 13 de marzo 2019. Tegucigalpa, Honduras. 13 p.
- FEDEMADERAS (Federación Nacional de Industriales de la Madera). 2018. Informe final Periodo del 11 de septiembre al 21 de diciembre de 2018. Proyecto: “Fortalecer a empresas productoras y segmentos de la Oferta, para crear el Mercado de Madera Legal en Colombia, con inclusión de elementos de equidad de género”. Bogotá, Colombia. 50 p.
- FEDEMADERAS (Federación Nacional de Industriales de la Madera). 2019. ¿Quiénes somos? (en línea, sitio web). Consultado 22 oct. 2019. Disponible en <http://fedemaderas.org.co/fedemaderas/>.
- FERN (Making the EU work for the people & Forest); Forest People Program; Greenpeace; Global Witness; Conservation International; Client Earth; World Wildlife Foundation; Environmental Investigation Agency. 2016. La lucha contra la tala ilegal, la deforestación y la degradación forestal: un programa de acción para la UE. Mar 2016. Brief Note (en línea). Consultado 31 oct 2019. Disponible en https://www.fern.org/fileadmin/uploads/fern/Documents/Final%20FLEGT%20statement_17032016%20-%20final%20proofed_spa-ES_with.pdf.

- FMV (Fundación Madera Verde). 2019. Sobre nosotros (en línea, sitio web). Consultado 26 oct 2019. Disponible en <https://maderaverde.org/hn/antecedentes/>.
- Gumucio-Dagron A, 2011. Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo (en línea). Signo y Pensamiento XXX(58):26-36. Consultado 10 nov 2019. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038002>.
- IDEAM (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales). 2017. Resultados monitoreo de la deforestación en 2017. Colombia. (en línea) Consultado 18 oct 2019. Disponible en http://www.ideam.gov.co/documents/24277/72115631/Actualizacion_cifras2017+FINAL.pdf/40bc4bb3-370c-4639-91ee-e4c6cea97a07
- Lawson S, 2014. Consumer Goods and Deforestation: An Analysis of the Extent and Nature of Illegality in Forest Conversion for Agriculture and Timber Plantations (Los bienes de consumo y la deforestación: un análisis de la magnitud y la naturaleza de la ilegalidad en la conversión de los bosques para la agricultura y plantaciones madereras). Washington D.C., EE. UU, Forest Trends con el apoyo de UK. 158 p.
- MADS (Ministerios de Ambiente y Desarrollo Sostenible). 2017. Bosques territorios de vida: Estrategia integral de control a la deforestación y gestión de los bosques. Bogotá, Colombia, Min. Ambiente. 174 p.
- Martínez, M, 2006. La investigación cualitativa (síntesis conceptual). Revista IIPSI Facultad de psicología Universidad Nacional Mayor de San Marcos. VOL. 9 - N° 1 - PP. Lima, Perú. 123 – 146 p
- Martínez J, 2016. La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo. Blog sobre Retención y Desarrollo del Capital Humano. Grupo P&A, España. (en línea). Consultado 9 nov 2019. Disponible en: <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- MFI (Monitoreo Forestal Independiente) 2019. Información (En línea, Facebook). Tegucigalpa, Honduras. Consultado 25 oct 2019. Disponible en: https://www.facebook.com/pg/Monitoreo-Forestal-Independiente-MFI-149140951812758/about/?ref=page_internal
- Miner, CL.; Sands, Y; Pierre, H (eds.). 2014. Communicating Forest Science. IUFRO Communications & Public Relations Working Party and the International Union of Forest Research Organizations (IUFRO) Special Programme for Development of Capacities (IUFRO-SPDC). Vienna, Austria. 185 p.
- Moreno Espinoza, LA. 2009. Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. Mexico. CULCyT: Cultura Científica y Tecnológica, ISSN-e 2007-0411, Vol. 6, N°. 32, 2009, págs. 5-19
- Navarro, G. 2018. Fortalecimiento de la gobernanza forestal en Honduras: Un factor indispensable para la conservación de los bosques. Serie técnica, boletín técnico No. 103. CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) Turrialba

Costa Rica, Costa Rica. 60 p.

Reporte técnico Comisión Europea, 2013. El impacto del consumo de la UE en la deforestación: análisis exhaustivo del impacto del consumo de la UE en la deforestación. Estudio financiado por la Comisión Europea, DG ENV, y realizado por VITO, IIASA, HIVA y IUCN NL. Boeretang, Bélgica (en línea). Consultado 26 oct. 2019. Disponible en: <https://ec.europa.eu/environment/forests/pdf/1.%20Report%20analysis%20of%20i mpact.pdf>

Valdés C, 2017. La Comunicación para el Desarrollo: conceptos, aproximación histórica y características generales. Colección OBSERVARE. Universidades Autónoma de Lisboa. (En línea. Consultado 10 nov 2019. Disponible en: http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/3563/1/2.3.6_CristinaVald%c3%a9s_Comunicaci%c3%b3n_Desarrollo.pdf

Nobell, A 2011. Medición y Evaluación en Comunicación. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP). Colección “Estudios en Relaciones Públicas y Comunicación”. España. 112 p.

RFA (Rainforest Alliance.inc) 2020. Sobre nosotros (en línea, sitio web). Consultado 25 may 2020. Disponible en: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about>

García, L 2015. Nuevas masculinidades: discursos y prácticas de resistencia al patriarcado FLACSO Ecuador, 2015. 121 p.

9. Anexos

Anexo 1: Anexo 2 Como incorporar la perspectiva de género en la propuesta

El siguiente es un listado indicativo de actividades respaldadas que deberían servir como referencia al Proveedor de servicios para la formulación de sus actividades sensibles a la perspectiva de género. Las actividades respaldadas se agrupan en cuatro categorías, con sus objetivos correspondientes. No se espera la implementación de todas las actividades, sin embargo, se recomienda vivamente a los proponentes que incluyan/hagan referencia a algunas de estas actividades en la elaboración de las intervenciones de sus proyectos.

1. **Diálogo normativo y político:** Incorporar la perspectiva de género en las políticas forestales nacionales y en los debates; consolidar la inclusión en los procesos de toma de decisiones.

Ejemplos de actividades apoyadas:

- i. Plantear la inclusión de la recolección de datos desglosados por género y/o de indicadores específicos de género en la formulación de las políticas forestales nacionales, en base al trabajo pertinente realizado por otras partes interesadas e instituciones relevantes sobre el seguimiento, la evaluación y los indicadores de género.
- ii. Promover/realizar análisis de género como herramienta para una formulación de políticas mejor informada (estudios sobre la situación inicial para informar sobre las reformas jurídicas, formulación de políticas especiales, etc.).
- iii. Asegurar que los ejercicios de inventariado, asociados con la formulación y la revisión de las políticas forestales nacionales, tomen adecuadamente en cuenta las diferencias en la utilización de los recursos forestales y no forestales entre hombres y mujeres.
- iv. Crear capacidad en las mujeres a fin de que participen en los procesos de toma de decisiones (facilitando el acceso a las instancias de toma de decisiones con auxilio de servicios especiales de apoyo, incluidas la sensibilización, las actividades de desarrollo de capacidad, etc.)
- v. Asegurar que las mujeres participen eficazmente como miembros de los grupos de partes interesadas consultados para la formulación de las normas y reglamentos forestales nacionales.
- vi. Evaluar la forma en que las consideraciones de género pueden incorporarse en las normas y reglamentos forestales nacionales y de qué forma pueden contribuir a su implementación eficaz.
- vii. *Solicitar la revisión de las propuestas de reglamentos nacionales por los expertos en temas de perspectiva de género, a fin de evaluar la sensibilidad de género y ofrecer orientaciones sobre las mejoras.*
- viii. Identificar (en las comunidades indígenas y locales) expertos en gobernanza de los bosques y perspectiva de género para apoyar la integración de estos aspectos en las políticas forestales nacionales.
- ix. Revisar las políticas relevantes a fin de identificar las diferencias de género, incluidas las existentes en las políticas relativas a la gobernanza de los bosques, tenencia y derechos de uso, empleo, salud, gobernanza local, toma

de decisiones y acceso a recursos financieros y considerar las medidas para afrontar estos aspectos.

- x. Recopilar y divulgar casos de estudio locales y nacionales, sobre los beneficios de la incorporación de la perspectiva de género en la gobernanza de los bosques y, más en general, en el uso sostenible de los recursos naturales (bosques).
- xi. Garantizar que todos los responsables de la toma de decisiones de alto nivel, y en las negociaciones internacionales en materia del AVA, estén conscientes de los compromisos de género a nivel nacional e internacional.

2. **Nivel organizacional:** Promover la igualdad de género y la participación en las organizaciones.

- i. Ofrecer capacitación y sensibilización sobre las relaciones entre el género y una mejor gobernanza de los bosques, el uso sostenible de los recursos naturales (bosques) y mejores medios de vida para el personal interesado, las comunidades indígenas y locales y los responsables de formular políticas.
- ii. Establecer un listado de expertos en perspectiva de género, de fácil acceso al personal, a fin de apoyar su trabajo, incluyendo expertos de las comunidades indígenas y locales.
- iii. Considerar el establecimiento de un ente o acuerdo en materia de revisión de la perspectiva de género (incluyendo a las comunidades indígenas y locales) para brindar aportaciones sobre la sensibilidad de género en los documentos y reglamentos preparados para apoyar la implementación de los acuerdos AVA o de cualquier otro proceso o producto jurídicamente vinculante.
- iv. Considerar la adopción de un presupuesto sensible a la perspectiva de género al asignar recursos para la implementación de los proyectos.

3. **Implementación y mecanismos de entrega:** Vincular la perspectiva de género a la consecución de los resultados del Programa (mitigación de la pobreza, reducción de los impactos medioambientales adversos, promoción de una mejor gobernanza forestal, consolidación de oportunidades de medios de vida más sostenibles e integración del mercado).

- i. Asegurar el equilibrio entre géneros en la creación de capacidad, a fin de permitir la participación eficaz en los procesos de implementación y considerar la oferta de creación de capacidad dedicada a grupos de mujeres, según proceda.
- ii. Elaborar y divulgar material informativo sobre las vinculaciones entre el género y una mejor gobernanza de los bosques en diferentes idiomas comprensibles igualmente para hombres y mujeres.
- iii. Vigilar e informar sobre la participación de hombres y mujeres en los procesos de implementación.
- iv. Tomar en cuenta las diferentes exigencias de hombres y mujeres al preparar e implementar acciones específicas para apoyar la implementación de proyectos / actividades del Programa.

- v. Tomar en cuenta los diferentes riesgos enfrentados por hombres y mujeres como resultado de las acciones realizadas para la consecución de los objetivos del proyecto / Programa.
 - vi. Garantizar que en el acceso y el uso de los recursos forestales se tomen en cuenta de igual forma para los hombres y las mujeres, y se evalúe a ambos géneros durante la implementación de un proyecto.
 - vii. Incorporar datos desglosados por género al presentar informes de avance del proyecto y sus respectivos logros.
 - viii. Recopilar y divulgar casos de estudio y mejores prácticas sobre el seguimiento del impacto, evaluación e indicadores para la incorporación de la perspectiva de género en el sector forestal.
4. **Asociaciones:** Crear asociaciones para promover la incorporación de la perspectiva de género entre las diferentes partes interesadas y actores, a nivel nacional y regional.
- i. Hacer un balance de los compromisos relativos a la perspectiva de género a nivel nacional e internacional.
 - ii. Involucrar a los ministerios responsables de la perspectiva de género y/o de las mujeres durante la planificación y la implementación de las actividades del proyecto.
 - iii. Identificar y/o establecer colaboraciones con otras partes interesadas pertinentes, a nivel nacional o regional, que ya recolectan y utilizan datos desglosados por género y/o incorporan la perspectiva de género en sus acciones.
 - iv. Involucrar a los grupos de mujeres que ya trabajan en los sectores relacionados, por ejemplo, agricultura o derechos del uso de suelo.

Anexo 2: Entrevista semiestructurada para actores regionales (coordinación de comunicaciones para Mesoamérica)

Protocolo para la coordinación de comunicaciones del programa

Soy estudiante del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), en el marco del trabajo de grado “*análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe, a través de los planes de comunicación implementados por las organizaciones socias seleccionadas, en los procesos FLEGT en Honduras (país AVA) y en Colombia (país no AVA) entre el periodo 2016 a 2019*”. La siguiente entrevista tiene como objetivo identificar las lecciones aprendidas, retos y logros alcanzados, su colaboración es de gran importancia para nutrir los aportes que este análisis podrá brindar para las siguientes etapas del programa. La entrevista está calculada para tener una duración aproximada entre 30-45 minutos.

Consentimiento Informado de participación en la entrevista:

En relación con lo anterior y al ser requerida su participación en el estudio, mediante la presente, le solicito su consentimiento informado. Los nombres y datos que usted indique serán utilizados de forma confidencial, anónima y privada. Además, serán

utilizados única y exclusivamente para los fines del presente trabajo académico. Si en algún momento se incomoda con alguna de las preguntas siéntase en la libertad de no responderlas. Estaré tomando notas y fotos si usted lo permite. Quiero estar segura de su aceptación a participar voluntariamente ¿Está usted de acuerdo? Si_____ No_____

Información de la entrevista

Fecha (dd/mm/aa):				
Hora de inicio:				
Hora de finalización:				
Localización:				
Fotografía (#):	SÍ		NO	

Información del entrevistado

Nombre:	
Edad:	
Profesión u ocupación:	
Correo electrónico:	
Número de celular:	

Objetivo Específico 1. Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de los proveedores de servicios seleccionados.

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuál es el enfoque de comunicación que se maneja para el programa FAO-UE FLEGT?	
2. ¿Quién entrega las directrices que deben seguir los planes de comunicación?	
3. ¿Conoce si las organizaciones socias realizan algún tipo de diagnóstico para elaborar los planes de comunicación?	
4. ¿Existen mecanismos de seguimiento a la implementación de los planes de comunicación? En caso afirmativo ¿Cuáles?	
5. ¿Qué rol cumplen las oficinas nacionales de comunicación de la FAO en la implementación	

de los planes de comunicación del programa elaborados por las organizaciones socias?	
6. ¿Cuáles fueron los criterios para la selección de las organizaciones socias a analizar en este trabajo?	

Objetivo Específico 2. Categorizar la información de los planes de comunicación, identificando dimensiones que permitan un análisis estructurado sobre el proceso de la comunicación del Programa FAO-UE FLEGT, en los países seleccionados.

Preguntas	Respuestas
1. Partiendo de la debilidad expresada por ustedes frente al usos de twitter por parte de las organizaciones socias ¿Han contemplado integrar otras redes sociales o mecanismos para impulsar la visibilidad del programa?	
2. ¿Cuál organización considera con más fortalezas en la implementación del plan de comunicación? Explique las razones	
3. ¿Cuál organización considera con más debilidades en la implementación del plan de comunicación? Explique las razones	
4. ¿Qué producto de comunicación realizado considera valioso de resaltar por la claridad en el mensaje y alcance en la divulgación?	
5. ¿Se han generado espacios de encuentro entre las organizaciones socias para revisar temas de comunicación?	
6. ¿Cuáles fueron las principales debilidades del proceso de seguimiento y evaluación de los planes de comunicación?	
7. ¿Las organizaciones socias cumplen con involucrar a la oficina de comunicación nacional y regional en sus acciones y eventos?	

Objetivo Específico 3. Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

Preguntas	Respuestas
1. ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la visibilidad del programa?	
2. ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la generación de conocimientos del programa?	
3. ¿Considera importante y viable generar alianzas entre los encargados de la comunicación de las	

organizaciones socias tanto al interior de los países como entre los países?	
---	--

Cierre

Comentarios adicionales	
Conclusión	

Agradecimientos.

**Anexo 3: Entrevista semiestructurada
Protocolo entrevista para enlaces de país**

Apertura

Soy estudiante del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), en el marco del trabajo de grado “*análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe, a través de los planes de comunicación implementados por las organizaciones socias seleccionadas, en los procesos FLEGT en Honduras (país AVA) y en Colombia (país no AVA) entre el periodo 2016 a 2019*”. La siguiente entrevista tiene como objetivo identificar las lecciones aprendidas, retos y logros alcanzados, su colaboración es de gran importancia para nutrir los aportes que este análisis podrá brindar para las siguientes etapas del programa. La entrevista está calculada para tener una duración aproximada entre 30-45 minutos.

Consentimiento Informado de participación en la entrevista:

En relación con lo anterior y al ser requerida su participación en el estudio, mediante la presente, le solicito su consentimiento informado. Los nombres y datos que usted indique serán utilizados de forma confidencial, anónima y privada. Además, serán utilizados única y exclusivamente para los fines del presente trabajo académico. Si en algún momento se incomoda con alguna de las preguntas siéntase en la libertad de no responderlas. Estaré tomando notas y fotos si usted lo permite. Quiero estar segura de su aceptación a participar voluntariamente ¿Está usted de acuerdo? Si_____ No_____

Información de la entrevista

Fecha (dd/mm/aa):				
Hora de inicio:				
Hora de finalización:				
Localización:				
Fotografía (#):	SÍ		NO	

Información del entrevistado

Nombre:	
Edad:	
Profesión u ocupación:	
Correo electrónico:	
Número de celular:	

Objetivo Específico 1. Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de las organizaciones socias seleccionados en el proceso AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

Preguntas	Respuestas
7. Los lineamientos que deben seguir las organizaciones socias en los planes de comunicación. ¿Son entregados por la coordinación de comunicación nacional o regional?	
8. ¿Qué oficina realiza la revisión de los planes y evaluación de comunicación?	
9. ¿Cuentan con mecanismos de seguimiento a la implementación de los planes de comunicación?	
10. ¿Considera que los planes implementados reflejan la participación e inclusión de mujeres y jóvenes?	
11. ¿Qué redes sociales son usadas por las organizaciones socias para visibilizar sus acciones?	

Objetivo Específico 2. Categorizar la información de los planes de comunicación, identificando dimensiones que permitan un análisis estructurado sobre el proceso de la comunicación del Programa FAO-UE FLEGT, en los países seleccionados.

Preguntas	Respuestas
1. ¿Considera que las organizaciones socias integran de igual manera las acciones de visibilidad y la generación de conocimientos?	
2. ¿Cuál organización considera con mayores fortalezas en el proceso de implementación del plan de comunicación y por qué?	

3. ¿Cuál organización considera con debilidades en la implementación del plan de comunicación y por qué?	
4. ¿Cuáles productos de comunicación considera valiosos de resaltar por la claridad en el mensaje y alcance en la divulgación?	
5. ¿Se han realizado encuentros entre las organizaciones para revisar temas de comunicación?	
6. ¿Cuáles fueron las principales debilidades del proceso de seguimiento y evaluación de los planes de comunicación?	
7. ¿Cómo percibe la relación entre las organizaciones y la oficina de comunicación nacional?	
8. ¿Cómo considera el acompañamiento de parte de la coordinación de comunicaciones del programa a las organizaciones socias?	

Objetivo Específico 3. Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

Preguntas	Respuestas
4. Según su experiencia ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la visibilidad del programa?	
5. ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la generación de conocimientos del programa?	
6. ¿Considera importante y viable generar alianzas entre los encargados de la comunicación de las organizaciones socias?	

Cierre

Comentarios adicionales	
Conclusión	

Agradecimientos.

Anexo 4: Entrevista para los encargados de los planes de comunicación de las organizaciones socias.

Soy investigadora del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), en el marco del trabajo de grado “*análisis de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe, a través de los planes de comunicación implementados por las organizaciones socias seleccionadas, en los procesos FLEGT en Honduras (país AVA) y en Colombia (país no AVA) entre el periodo 2016 a 2019*”. La siguiente entrevista tiene como objetivo

identificar las lecciones aprendidas, retos y logros alcanzados, su colaboración es de gran importancia para nutrir los aportes que este análisis podrá brindar para las siguientes etapas del programa. La entrevista está calculada para tener una duración aproximada entre 30-45 minutos.

Consentimiento Informado de participación en la entrevista:

En relación con lo anterior y al ser requerida su participación en el estudio, mediante la presente, le solicito su consentimiento informado. Los nombres y datos que usted indique serán utilizados de forma confidencial, anónima y privada. Además, serán utilizados única y exclusivamente para los fines del presente trabajo académico. Si en algún momento se incomoda con alguna de las preguntas siéntase en la libertad de no responderlas. Estaré tomando notas y si usted lo permite mantendríamos la entrevista con la cámara encendida. Quiero estar segura de su aceptación a participar voluntariamente ¿Está usted de acuerdo? Si _____ No _____

Información de la entrevista

Fecha (dd/mm/aa):				
Hora de inicio:				
Hora de finalización:				
Localización:				
Fotografía (#):	SÍ		NO	

Información del entrevistado

Nombre:	
Edad:	
Profesión u ocupación:	
Correo electrónico:	
Número de celular:	

Objetivo Específico 1. Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de los proveedores de servicios seleccionados.

Preguntas	Respuestas
Como fue el proceso de elaboración del plan de comunicación: 1. ¿Contó con un diagnóstico previo?	

1.1 ¿El plan fue elaborado e implementado por personal de la organización?	
1.2 ¿Los productos y herramientas cuentan con verificadores para los indicadores? ¿Qué clase de verificadores?	
2. ¿Qué tipo de acciones de visibilidad realizaron?	
3. ¿Qué tipo de acciones de generación de conocimiento realizaron?	
4. ¿Qué canales y medios de difusión usaron para la divulgación de los productos de comunicación elaborados?	
5. ¿Realizaron algún tipo de alianza o articulación con otras organizaciones o medios para la divulgación de los productos de comunicación elaborados?	
6. ¿Cuales redes sociales utilizan para la visibilidad de las acciones del programa?	
7. ¿Cómo abordaron el enfoque de inclusión y equidad de género en el plan de comunicación? 7.1 ¿Considera que existe una participación tanto de mujeres como de jóvenes?	

Objetivo Específico 2. Categorizar la información de los planes de comunicación, identificando dimensiones que permitan un análisis estructurado sobre el proceso de la comunicación del Programa FAO-UE FLEGT, en los países seleccionados.

Preguntas	Respuestas
8. En el proceso de implementación del plan de comunicación ¿Qué identifica como una fortaleza?	
9. En el proceso de implementación del plan de comunicación ¿Qué identifica como una debilidad?	
10. ¿Cómo describe la relación con la coordinación de comunicaciones del programa?	
11. ¿Cómo describe la relación con la oficina de comunicaciones de la FAO en el país?	
12. ¿Conoce lo que han implementado otras organizaciones socias en el tema de comunicación del programa FAO-UE FLEGT en su país?	

Objetivo Específico 3. Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.

Preguntas	Respuestas
7. ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la visibilidad del programa?	

8. ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la generación de conocimientos del programa?	
9. Buscando una comunicación cada vez más efectiva para el programa ¿Qué sugerencias tiene para la coordinación de comunicaciones del programa?	
10. Buscando una comunicación cada vez más efectiva para el programa ¿Qué sugerencias tiene para la oficina de comunicaciones de la FAO en el país?	
11. Buscando una comunicación cada vez más efectiva para el programa ¿Qué sugerencias tiene para las otras organizaciones socias?	
12. ¿Considera importante y viable generar alianzas entre los encargados de la comunicación de las organizaciones socias tanto al interior de los países como entre los países?	

Cierre

Comentarios adicionales	
Conclusión	

Agradecimientos.

Anexo 5: Cuadro de preguntas orientadoras por objetivo

Objetivo general:	Analizar la implementación de los planes de comunicación y acciones de visibilidad del Programa FAO-UE FLEGT en América Latina y el Caribe, ejecutados por los proveedores de servicio en los proyectos AVA FLEGT en Honduras y Plan de Acción FLEGT en Colombia.				
Objetivos específicos	PREGUNTAS DE ORIENTACIÓN	INFORMACIÓN NECESARIA	FUENTES DE INFORMACIÓN	INSTRUMENTOS PARA RECOGER INFORMACIÓN	PRODUCTO
<p>1. Caracterizar los planes de comunicación tomando en cuenta elementos de inclusión y género, así como los productos de comunicación y acciones de visibilidad elaborados por parte de los proveedores de servicios seleccionados en el proceso AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.</p>	<p>¿Cuáles productos de comunicación se han realizado en cada uno de los proyectos seleccionados en los dos países? ¿Qué acciones de visibilidad se han adelantado en los dos países? ¿Qué medios de difusión han sido usados? ¿Cuáles son los indicadores para medir el impacto de los planes de comunicación? ¿Cómo se refleja la participación e inclusión de mujeres y jóvenes en los planes de comunicación? ¿Las imágenes son inclusivas? ¿Los mensajes son inclusivos?</p>	<p>Organizaciones a cargo de los proyectos. Planes de comunicación desarrollados en los dos países. Acciones de visibilidad. Planes de comunicación. Directrices. Informes de ejecución de los proyectos.</p>	<p>Organizaciones prestadoras de servicio FAO Informes</p>	<p>Matriz de organización de información Entrevistas semiestructuradas</p>	<p>Matriz en Excel con los planes de comunicación.</p>

<p>2. Categorizar información de los planes de comunicación mediante espacios de diálogo para el intercambio de experiencias y lecciones aprendidas del Programa FAO-UE FLEGT en cada uno de los países.</p>	<p>¿Cuál ha sido el alcance de los productos de comunicación realizados? ¿Cuáles son los más utilizados? ¿Qué instrumentos y herramientas sirven para analizar los alcances? ¿Existen encuentros entre los proveedores de servicio para tocar temas de comunicación? ¿Cómo es el uso y manejo de Twitter por parte de los proveedores de servicio?</p>	<p>Organizaciones a cargo de los proyectos. Planes de comunicación desarrollados en los dos países. Acciones de visibilidad.</p> <p>Documentos sobre herramientas de medición para productos de comunicación.</p>	<p>Organizaciones prestadoras de servicio FAO Informes Información sobre herramientas de medición</p>	<p>Grupos focales en cada país con los actores clave.</p> <p>Entrevistas semiestructuradas.</p>	<p>Lista de lecciones aprendidas.</p>
<p>3. Desarrollar recomendaciones para el componente de comunicación en los proyectos del AVA-FLEGT en Honduras y el Plan de Acción FLEGT en Colombia.</p>	<p>¿Cuáles han sido los principales logros en los planes de comunicación? ¿Cuáles han sido los principales retos en la implementación de los planes de comunicación? ¿Qué otros temas son importantes de abordar para los actores? ¿Qué acciones se pueden implementar para mejorar la visibilidad del Programa?</p>	<p>Lecciones aprendidas de los prestadores de servicio</p>	<p>Encargados de los planes de comunicación en cada uno de los proveedores de servicios seleccionados.</p> <p>Beneficiarios de los proyectos</p> <p>Público meta.</p>	<p>Resultados encontrados en el proceso</p>	<p>Documento final con recomendaciones</p>

Anexo 6: Matriz organización de la información planes de comunicación

Hoja 1.

Planes de comunicación									
Pais	Organización	Proyecto	Objetivos	Resultados	Grupo Meta	Mensaje	Productos/ Herramientas	Indicadores	Fechas

Hoja 2.

Organizaciones socias	Acciones de visibilidad	Generación de conocimiento	Articulación	Divulgación	Seguimiento	Inclusión y género	Observaciones
--------------------------	----------------------------	----------------------------------	--------------	-------------	-------------	-----------------------	---------------