



ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA
“ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL
FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO)
LA/2019/412-746

GUIA METODOLOGICA – PROGRAMA DE CAPACITACION

MÓDULO 5: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ENCOAVIS

GI94: Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, promocionando alternativas productivas y Empleos Verdes (ENCOAVIS)

Septiembre de 2024

Asistencia Técnica implementada por:

IDOM  **involas**



Este documento fue realizado con la contribución de la Unión Europea. Su contenido es exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



UNION EUROPEA



PROGRAMA DE LA UNIÓN EUROPEA

EuropeAid/140144/DH/SER/HN “Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras” EUROEMPLEO.

ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA “ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO) EuropeAid/140144/DH/SER/HN

Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes

NOTA CONCEPTUAL ENCOAVIS-e

GI94

Entregable 3:

Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS

Unidad didáctica 1

25 de octubre de 2024

Tabla de contenido

1	Presentación	3
2	Objetivos y resultados esperados.....	4
3	Estructura de la unidad didáctica.....	5
3.1	Diseño curricular	5
3.2	Orientaciones metodológicas:.....	6
4	Desarrollo Temático	7
4.1	¿A qué se refiere la vida silvestre?	7
4.2	Características de la vida silvestre.....	7
4.3	Conceptos básicos relacionados con la vida silvestre:	8
4.1	Cifras relacionadas con la flora y la fauna en Honduras.....	9
4.1.1	Flora	9
4.1.2	Fauna	10
4.1	Metodología y alcances de la ENCOAVIS.	10
4.1.1	ENCOAVIS, en resumen.....	11
4.2	Principales leyes que rigen la biodiversidad en Honduras.	13
4.3	Funciones del Departamento de Vida Silvestre	14
4.4	Qué es un empleo verde y cuál es su impacto en la economía.....	16
4.5	Identificar emprendimientos y pequeñas empresas verdes.....	17
5	Nota técnica para el participante.....	20

1 Presentación

El Programa de Apoyo Presupuestario EURO EMPLEO, financiado por la Unión Europea, ha venido ejecutando diferentes Intervenciones en el marco de la Política de Empleo de Honduras, una de ellas ha sido el “Diseño y Elaboración de la Estrategia Nacional para la Conservación, y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas para la Generación de Empleo –ENCOAVIS– ejecutada por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF), en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social (SETRASS).

La ENCOAVIS, surge en el marco del interés y del compromiso del ICF y de la SETRASS en particular, y en general del Gobierno de Honduras de administrar y manejar los recursos de la vida silvestre en forma eficiente, además de promover alternativas productivas y empleos verdes a nivel nacional. En la misma se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover impactos positivos y transformadores, durante el periodo 2023 – 2028, en el desarrollo y accionar de las instituciones vinculadas a la gestión de la conservación de la vida silvestre y a la promoción de alternativas productivas y empleos verdes.

En este contexto se desarrolla una misión de Asistencia Técnica para el desarrollo de la Nota Conceptual “Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes”, del cual se deriva un proceso de formación para personal de instituciones clave del gobierno central, como de autoridades locales, con la intención de informar y formarles en torno a esta importante temática, de manera que por su medio, se constituyan en actores estratégicos que contribuyan al proceso de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre de Honduras.

El proceso de formación está constituido por cinco módulos, siendo estos los siguientes:

- Módulo 1: Estrategia Nacional para la Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre Promocionando Alternativas para la Generación de Empleos “ENCOAVIS”
- Módulo 2: Gestión aplicada para la implementación de la ENCOAVIS.
- Módulo 3: Oportunidades de generación de empleo e ingreso con cadenas de valor basadas en la conservación y aprovechamiento de vida silvestre.
- Módulo 4: Generación de oportunidades de empleo verde y emprendimientos.
- Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS.

El presente documento constituye la primera unidad didáctica, correspondiente al módulo 5.

2 Objetivos y resultados esperados

Diseño Curricular Módulo 5	
Estrategia de comunicación ENCOAVIS	
<p>Objetivo (s) del módulo:</p> <p>Capacitar a los actores sobre la visión y desarrollo de la estrategia de comunicación de la ENCOAVIS para apropiarlos de sus contenidos y aplicación de instrumentos en el acceso a conocimientos y valorizaciones de la vida silvestre.</p> <p>Facilitar a los actores lineamientos de la ENCOAVIS para el uso de TICS en la mejora de la comunicación interna e interinstitucional sobre la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre.</p>	<p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Equipos de comunicaciones y actores locales con conocimientos de mecanismos para medir y evaluar el posicionamiento de ICF de la vida silvestre. ● Actores locales capacitados en el manejo de temática de vida silvestre, diseño de campañas, materiales educativos y divulgativos sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleo verde a través de la aplicación de la ENCOAVIS. ● Actores capacitados en procesos y mecanismos de comunicación interna e interinstitucional con el empleo de TICS ● Actores conocen y se integran a los mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación. ● Los equipos de comunicación conocen las estrategias para comunicar los mensajes claves a través de los medios de comunicación tradicional.
<p>Duración: 20 horas. Horas formación virtual: 12 Horas formación presencial: 8</p>	
Código:	Unidades didácticas que conforman el módulo:
01	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde
02	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre
03	Promoción de comportamiento y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre
04	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de TICS
05	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional

3 Estructura de la unidad didáctica

3.1 Diseño curricular

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 01:	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde				
Objetivo específico:	Capacitar a comunicadores en técnicas efectivas de posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde, con el fin de aumentar su capacidad para sensibilizar y educar al público sobre estos temas a través de medios de comunicación diversos.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Explicar la metodología y alcances de la ENCOAVIS.</p> <p>Explicar conceptos básicos sobre vida silvestre</p> <p>Informar sobre cifras de flora y fauna en Honduras.</p> <p>Destacar de la Legislación: Principales leyes que rigen la biodiversidad en Honduras.</p> <p>Explicar las funciones del depto. de Vida Silvestre</p> <p>Demostrar que es un empleo verde y cuál es su impacto en la economía</p> <p>Identificar emprendimientos y pequeñas empresas verdes</p>	<p>Resumir cuáles son los beneficios de la ENCOAVIS</p> <p>Identificar las especies de flora y fauna más amenazadas en Honduras.</p> <p>Identificar bajo qué leyes se encuentra la protección y manejo de la vida silvestre.</p> <p>Reconocer los diferentes actores involucrados que forman parte de la ENCOAVIS.</p> <p>Identificar los aportes que cada actor involucrado en la ENCOAVIS tendrá para lograr la funcionalidad de la estrategia.</p> <p>Describir cuáles son las funciones del depto. de vida silvestre</p> <p>Identificar cuáles son los empleos verdes.</p>	<p>Priorizar esfuerzos orientados al funcionamiento en armonía de los involucrados y la ENCOAVIS.</p> <p>Establecer la ENCOAVIS como un proyecto viable para ser ejecutado por otras instituciones con objetivos similares.</p> <p>Demostrar que un empleo verde es competitivo y contribuye con el medio ambiente.</p> <p>Establecer un costo de mercado para el empleo verde que ofrezca calidad y sea competitivo.</p>	<p>Cumplir con las obligaciones y derechos en cada uno de los niveles de la ENCOAVIS.</p> <p>Practicar los principios éticos y morales que impulsan el respeto humano y fomentan la sana convivencia.</p> <p>Practicar deberes y asignaciones en la comunicación externa de cada institución garantizando que se haga el trabajo en tiempo y forma.</p>	<p>El personal de comunicación tiene la información correcta y completa sobre la ENCOAVIS.</p> <p>Se tiene conocimiento de los conceptos de vida silvestre, empleo verde y legislación.</p>	<p>V: 3</p> <p>P: 1</p>






3.2 Orientaciones metodológicas:

En la capacitación virtual se dará todo el contenido teórico y en la presencial se desarrollará actividad práctica para identificar la flora y fauna e identificaremos algunos empleos verdes o empresas/emprendimientos verdes, ya que en la segunda unidad haremos material divulgativo sobre estos.

Entre las diversas actividades que se realizarán para alcanzar los objetivos, serán desarrolladas presentaciones magistrales, se verán y escucharán videos, se contará con discusiones grupales y también se entregará una nota técnica con información relevante en relación con los diversos temas tratados.

El material está constituido por dos partes: la primera identificada como **desarrollo temático**, contiene las orientaciones para el facilitador y la segunda, identificada como **nota técnica para el participante**, representa el material que justamente debe ser entregado al participante.

Para orientar a quien facilita la sesión podrán apreciarse a lo largo del documento los siguientes iconos y su significado.

	Instrucciones. Por su medio se llamará la atención para leer las recomendaciones para desarrollar la actividad indicada.
	Escriba o solicite que escriban.
	Provocar la reflexión del participante en relación con una situación específica.
	Atención con esta información, es clave.
	Conclusión de un tema. Una idea relevante con la cual cerrar la temática tratada.

4 Desarrollo Temático



Actividad 1: Dar 10 minutos para que los **participantes se presenten escribiendo** su nombre, puesto e institución a la que representan, y que nos cuenten un poco sobre qué saben sobre vida silvestre y empleos verdes. Después se seleccionará a 4 personas al azar para que nos cuenten **¿Qué es Vida Silvestre?**

Se agradece a los participantes que nos han hecho saber qué entienden por vida silvestre, durante esta capacitación conoceremos en profundidad todos los conceptos ligados a la temática y la importancia de estos.

A continuación, se procede a explicar los conceptos básicos sobre la vida silvestre.



4.1 ¿A qué se refiere la vida silvestre?

La vida silvestre se refiere a todas las formas de vida que existen y se desarrollan de manera natural en ambientes no controlados por el ser humano. Estos organismos, que incluyen animales, plantas, hongos y microorganismos, viven en hábitats naturales como bosques, selvas, praderas, montañas, desiertos, océanos y otros ecosistemas naturales.

4.2 Características de la vida silvestre

- a) **Autosuficiencia:** La vida silvestre no depende de la intervención humana directa para su supervivencia y reproducción. Está adaptada a las condiciones naturales del medio ambiente en el que habita.

- b) **Diversidad:** Incluye una amplia variedad de especies que interactúan entre sí y con su entorno natural. Esta diversidad es crucial para el equilibrio ecológico y la estabilidad de los ecosistemas.

- c) **Interdependencia:** Las diferentes especies de vida silvestre están interconectadas a través de redes alimentarias, ciclos biogeoquímicos y otras relaciones ecológicas. Los cambios en una especie pueden afectar a otras y al funcionamiento general del ecosistema.
- d) **Adaptaciones especializadas:** Cada especie de vida silvestre está adaptada a las condiciones específicas de su hábitat, desarrollando características físicas, comportamientos y estrategias de supervivencia únicas a lo largo del tiempo evolutivo.
- e) **Importancia ecológica y cultural:** La vida silvestre desempeña roles fundamentales en los servicios ecosistémicos, como la polinización de plantas, la regulación del clima, la purificación del agua y la provisión de alimentos y recursos para las comunidades humanas. Además, muchas culturas y sociedades valoran la vida silvestre por sus aspectos estéticos, espirituales y recreativos.

4.3 Conceptos básicos relacionados con la vida silvestre:

- a) **Biodiversidad:** La vida silvestre es parte integral de la biodiversidad, que se refiere a la variedad de especies de plantas, animales y microorganismos que existen en la Tierra y la compleja interacción entre ellos.
- b) **Hábitat:** Es el entorno físico en el que viven las especies silvestres y que les proporciona los recursos necesarios para su supervivencia, como alimento, agua, refugio y espacio.
- c) **Especies nativas y especies invasoras:** Las especies nativas son aquellas que evolucionaron en un área geográfica particular y tienen un papel crucial en el ecosistema local. Por otro lado, las especies invasoras son aquellas que son introducidas deliberada o accidentalmente en un hábitat donde no son nativas, y pueden causar daños ecológicos significativos.
- d) **Conservación:** Es el manejo y protección de la vida silvestre y sus hábitats con el fin de asegurar que las especies continúen existiendo en el futuro. Esto puede incluir la creación y gestión de áreas protegidas, regulaciones sobre la caza y pesca, y programas de reproducción en cautiverio.
- e) **Interacciones ecológicas:** Las especies silvestres interactúan entre sí y con su entorno de múltiples maneras, incluyendo la competencia por recursos, la depredación, la simbiosis y la polinización, entre otros.
- f) **Servicios ecosistémicos:** La vida silvestre proporciona una amplia gama de beneficios a los seres humanos y a los ecosistemas en general, como la purificación del aire y del agua, el control de plagas, la polinización de cultivos, y el ecoturismo, entre otros.
- g) **Amenazas:** Las principales amenazas para la vida silvestre incluyen la pérdida de hábitat debido a la urbanización y la agricultura intensiva, la contaminación, el cambio climático, la caza furtiva y la introducción de especies invasoras.

- h) **Educación y concienciación:** La educación pública sobre la importancia de la vida silvestre y la necesidad de conservarla desempeña un papel crucial en la protección a largo plazo de las especies y sus hábitats.

En resumen, la vida silvestre representa la biodiversidad natural del planeta y es fundamental para el funcionamiento saludable de los ecosistemas globales y para el bienestar humano. Su conservación requiere esfuerzos coordinados a nivel mundial para proteger y gestionar de manera sostenible estos recursos naturales valiosos.



4.1 Cifras relacionadas con la flora y la fauna en Honduras.



Actividad 2: Otorgue 5 minutos para que los **participantes escriban** qué saben sobre las cifras de biodiversidad en Honduras como número de especies de flora y fauna, seguidamente elegiremos a 3 personas al azar para que nos cuenten sobre esas cifras.

Se agradece a los participantes, indicando que todos sabemos que somos un país con mucha riqueza de especies, pero la mayoría no sabemos en profundidad esas cifras por lo que en este momento vamos a conocer las mismas.

En Honduras, la diversidad de flora y fauna es notable debido a su ubicación geográfica y variabilidad climática. Aquí te doy un vistazo general de las cifras más destacadas:

4.1.1 Flora

Número de especies: Se estima que Honduras alberga alrededor de 7,000 especies de plantas, entre las que se incluyen una gran variedad de árboles, arbustos, orquídeas y plantas medicinales.

Bosques: Los bosques cubren aproximadamente el 40% del territorio hondureño, con una gran diversidad de tipos, desde bosques tropicales húmedos hasta bosques de pino y robledales en las regiones montañosas.

Especies endémicas: Honduras cuenta con numerosas especies de plantas endémicas, es decir, que se encuentran exclusivamente en esta región y no en ninguna otra parte del mundo.

4.1.2 Fauna

Número de especies: Honduras es hogar de una amplia variedad de fauna, incluyendo más de 700 especies de aves, más de 250 especies de mamíferos, alrededor de 100 especies de reptiles y más de 70 especies de anfibios.

Especies emblemáticas: Entre las especies más destacadas se encuentran el jaguar, el puma, el mono aullador, la guara o guacamaya roja (ave nacional), diversas especies de loros, tortugas marinas, manatíes y una variedad de serpientes y anfibios.

Conservación: A pesar de su rica biodiversidad, muchas especies en Honduras enfrentan amenazas debido a la deforestación, la caza furtiva y el cambio climático. Existen esfuerzos de conservación tanto gubernamentales como de organizaciones no gubernamentales para proteger estas especies y sus hábitats.

Estas cifras reflejan la importancia de la conservación ambiental en Honduras para preservar su rica biodiversidad y asegurar el futuro de sus ecosistemas únicos.



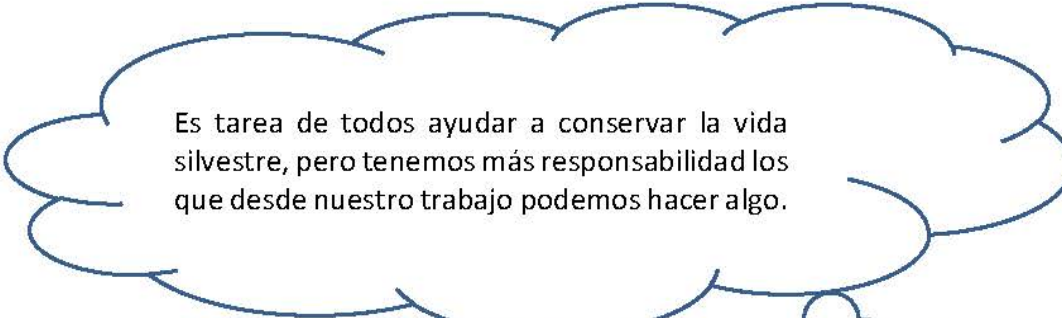
4.1 Metodología y alcances de la ENCOAVIS.



Actividad 3, Aumentando la sensibilidad ante la naturaleza: Se les indica a los **participantes que deben escuchar** sonidos de la naturaleza para relajarnos, se les pedirá a los participantes **cerrar sus ojos** y escuchar durante 1 minuto el clip que les reproduciremos.

Link de sonidos de naturaleza:
<https://www.youtube.com/watch?v=W8Xqnwhjapo>

Les pediremos a 1 participante que nos cuente como se siente al escuchar esos sonidos, y que nos diga que sentiría si le dijéramos que nunca más volverá a escucharlos.



Es tarea de todos ayudar a conservar la vida silvestre, pero tenemos más responsabilidad los que desde nuestro trabajo podemos hacer algo.



A continuación, explicaremos la estrategia de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre en Honduras.

La Estrategia Nacional para la conservación y aprovechamiento de vida silvestre promocionando alternativas para la generación de empleos verdes, es un instrumento que, alineado a las normas jurídicas, políticas y otras estrategias vinculadas a la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre, pretende conducir de manera idónea este mandato, a través de la generación de empleos.



Actividad 4, explicación de la estrategia ENCOAVIS. Explique a los participantes que a continuación podrán ver un video, con una duración aproximada de 13 minutos, en donde podrán apreciar en qué consiste la metodología de la estrategia nacional para la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre, promocionando alternativas para la generación de empleos verdes: <https://youtu.be/DKW5NxsIkR8>

4.1.1 ENCOAVIS, en resumen.

Los objetivos de la ENCOAVIS es elaborar una herramienta de planificación a nivel nacional que sea inclusiva, viable y sostenible con la finalidad de que pueda disminuir la presión sobre las diferentes especies (flora y fauna) y que a la vez genere alternativas de fuentes de empleo en diferentes

ámbitos mediante el aprovechamiento y conservación de bienes y servicios ambientales a corto, mediano y largo plazo.

a) Objetivos estratégicos¹



b) Metodología

- Mapeo de actores.
- Elaboración de la estrategia, con la incorporación de elementos claves de planificación estratégica.

c) Alcances

- Contribuir con el manejo adecuado y autosostenible de las especies de flora y fauna nativa del país.
- Generar fuentes o nuevas alternativas de empleo que disminuyan la presión y el tráfico de vida silvestre en Honduras.
- Generar alternativas que traigan financiamiento extranjero al país.
- Plantear lineamientos para propuestas de nuevas políticas de conservación de flora y fauna.

d) La estrategia comprende los siguientes elementos:

Problemática:

Visión, misión y fines

¹ ENCOAVIS

<i>Consulta entrevistas:</i>	Mapeo de actores claves
<i>Direccionamiento estratégico:</i>	Objetivos, resultados, metas y ejes.
<i>Matriz estratégica:</i>	Objetivos, líneas base, indicadores y metas.

La Estrategia de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre en Honduras, se basa en la protección activa de la biodiversidad mediante el uso sostenible de los recursos naturales y la promoción de actividades económicas que beneficien tanto al medio ambiente como a las comunidades locales.



4.2 Principales leyes que rigen la biodiversidad en Honduras.

Si bien la fascinación por la vida silvestre nos lleva a admirar la diversidad de especies y ecosistemas en Honduras, es crucial recordar que esta biodiversidad no existe en un vacío legal. Las leyes y regulaciones que protegen a nuestras especies nativas y sus hábitats son el pilar sobre el cual descansa nuestra capacidad de conservar y disfrutar de la vida silvestre en el largo plazo. Desde la Ley Forestal hasta los decretos específicos sobre áreas protegidas, cada marco legal no solo establece directrices para la gestión sostenible, sino que también representa nuestro compromiso colectivo con la preservación de la naturaleza para las generaciones futuras. Es así como la admiración por la vida silvestre se traduce en acción tangible a través de normativas robustas y su aplicación efectiva

Preguntar a los participantes qué leyes ambientales conocen y qué impacto creen que tienen en la protección del medio ambiente, elegir a 1 persona que nos hable más del tema.



Actividad 5, Preguntar a los participantes qué leyes ambientales conocen y qué impacto creen que tienen en la protección del medio ambiente, elegir a 1 persona que nos hable más del tema.

Algunas de las leyes más relevante son las siguientes:



- **Ley Forestal, de Vida Silvestre y Áreas Protegidas:** Esta ley regula la conservación de los recursos forestales, la vida silvestre y establece el marco para la creación y gestión de áreas protegidas. Es fundamental para la conservación de la biodiversidad terrestre y acuática en el país.
- **Ley General de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible:** Esta ley proporciona el marco legal para la protección, conservación, restauración y uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente en general. Incluye disposiciones específicas relacionadas con la biodiversidad.
- **Ley de Aguas:** Regula el uso, aprovechamiento, conservación y protección de los recursos hídricos en Honduras, asegurando la gestión sostenible de los ecosistemas acuáticos y la biodiversidad asociada a estos.
- **Ley de Pesca y Acuicultura:** Esta ley regula la explotación de los recursos pesqueros y acuícolas, asegurando la conservación de las especies marinas y de agua dulce, así como los ecosistemas acuáticos donde habitan.

Estas leyes y sus reglamentos asociados conforman el marco legal que protege la biodiversidad en Honduras, abarcando desde la conservación de los ecosistemas terrestres y acuáticos hasta la regulación del uso sostenible de los recursos naturales.



4.3 Funciones del Departamento de Vida Silvestre.



Actividad 6, explicación de la estrategia ENCOAVIS. Explique a los participantes que a continuación podrán ver un video, con una duración aproximada de 13 minutos, en donde podrán apreciar en qué consisten las funciones del Departamento de Vida Silvestre. Por medio de este link puede acceder a el: <https://youtu.be/HnrojPOwAMI>

Después de haber dado a conocer las funciones de dicho departamento, **solicite que le comenten, cómo** desde sus puestos de trabajo podrían **divulgar esta información**, para que el público en general pueda conocer estas funciones. Así mismo, solicite que le indiquen por qué es importante divulgar esta información.

El Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF) de Honduras es el organismo responsable de la gestión de los recursos naturales y la conservación de la biodiversidad en el país. El Departamento de Vida Silvestre es el responsable de la administración y manejo de la flora y fauna silvestre a nivel nacional; incluyendo su protección, restauración y aprovechamiento sostenible. Decreto Ley. No. 98-2007 y su reglamento Decreto No. 031-2010. A continuación, se presentan en términos generales las funciones de dicho departamento:

- **Control y vigilancia:** Realizar actividades de control y vigilancia para combatir la caza furtiva, el tráfico ilegal de vida silvestre y otras actividades que amenacen la biodiversidad. Esto puede incluir patrullajes, operativos de rescate y confiscación de especies en peligro
- **Educación ambiental:** Desarrollar programas educativos y de sensibilización para promover la conservación de la vida silvestre entre la población local, las comunidades y otros grupos interesados. Esto puede incluir talleres, charlas, material educativo y actividades en escuelas y comunidades.
- **Seguimiento a centros de conservación ex situ:** es fundamental para asegurar la preservación y el bienestar de las especies fuera de su hábitat natural. Este proceso implica la implementación de protocolos rigurosos para monitorear la salud, el comportamiento, la reproducción y la genética de los animales bajo cuidado.
- **Declaración de sitios de importancia para la vida silvestre:** es un proceso mediante el cual se identifican, designan y protegen áreas críticas para la conservación de la biodiversidad.

Estos sitios, seleccionados por su relevancia ecológica, proporcionan hábitats esenciales para especies amenazadas, endémicas o con necesidades especiales de conservación. es un proceso mediante el cual se identifican, designan y protegen áreas críticas para la conservación de la biodiversidad. Estos sitios, seleccionados por su relevancia ecológica, proporcionan hábitats esenciales para especies amenazadas, endémicas o con necesidades especiales de conservación.

- **Monitoreo e investigación:** Realizar estudios científicos y monitoreo de poblaciones de vida silvestre para evaluar el estado de las especies y entender mejor sus necesidades y amenazas. Esto puede incluir estudios de campo, análisis de datos y seguimiento de poblaciones.
- **Conservación de especies:** Implementar programas y proyectos para la conservación de especies amenazadas y en peligro de extinción en Honduras. Esto puede incluir la gestión de hábitats, la reintroducción de especies en peligro y la protección de áreas críticas para la biodiversidad.

Gestión de áreas protegidas: Declaratoria de sitios de importancia para la vida silvestre, garantizando la conservación y protección de hábitats y especies silvestres.

Estas funciones reflejan el compromiso del Departamento de Vida Silvestre del ICF en Honduras de proteger y gestionar de manera sostenible la rica diversidad biológica del país.



4.4 Qué es un empleo verde y cuál es su impacto en la economía

La conservación de la vida silvestre no solo protege especies en peligro y preserva ecosistemas frágiles, sino que también abre nuevas oportunidades en el campo de los empleos verdes. Estos trabajos, orientados hacia prácticas sostenibles como el ecoturismo, la restauración de hábitats y la gestión de recursos naturales, no solo contribuyen a la salud del medio ambiente, sino que también generan empleo y promueven un crecimiento económico equitativo. Al integrar la conservación de la vida silvestre con iniciativas de empleos verdes, se puede construir un futuro más próspero y en armonía con la naturaleza, donde tanto las personas como la biodiversidad pueden florecer juntas.

Los empleos verdes se refieren a trabajos que contribuyen significativamente a preservar o restaurar el medio ambiente. Estos empleos están directamente vinculados a actividades que protegen e impulsan el uso sostenible de los recursos naturales, reducen la contaminación y promueven la transición hacia una economía baja en carbono y más sostenible.

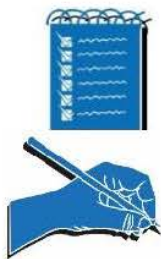
El impacto del empleo verde en la economía puede ser bastante significativo:

- **Creación de empleo:** La transición hacia sectores como las energías renovables, la gestión de residuos, la eficiencia energética, entre otros, genera nuevas oportunidades de empleo. Esto incluye desde técnicos especializados hasta trabajadores de la construcción y consultores en sostenibilidad.
- **Innovación tecnológica:** El desarrollo de tecnologías limpias y sostenibles impulsa la innovación en múltiples sectores. Esto puede llevar a nuevas patentes, empresas emergentes y mejoras en la competitividad global.
- **Reducción de costos a largo plazo:** Aunque la inversión inicial puede ser alta, las tecnologías y prácticas verdes tienden a reducir costos operativos a largo plazo. Esto puede beneficiar a las empresas al mejorar su eficiencia y a la sociedad en general al reducir los impactos ambientales negativos.
- **Resiliencia económica:** Los empleos verdes contribuyen a la construcción de una economía más resiliente frente a los cambios climáticos y las fluctuaciones en los precios de los recursos naturales. Diversificar la economía con empleos que no dependan exclusivamente de recursos finitos y contaminantes puede proteger contra crisis futuras.
- **Mejora de la calidad de vida:** La reducción de la contaminación y la promoción de estilos de vida más sostenibles pueden tener beneficios directos en la salud pública y la calidad de vida de las comunidades.

En resumen, el empleo verde no solo es crucial para mitigar los impactos negativos del cambio climático y la degradación ambiental, sino que también puede jugar un papel fundamental en el crecimiento económico sostenible y equitativo a nivel global.



4.5 Identificar emprendimientos y pequeñas empresas verdes.



Actividad 7, exploración en relación con el conocimiento de empleos verdes. Ya sabemos qué es un empleo verde, ahora les pediremos a los participantes identificar emprendimientos verdes en Honduras, daremos 5 minutos y luego elegiremos a 3 personas para que nos cuenten de alguno que hayan identificado y cuáles son las características que tienen esos emprendimientos que los hacen ser verdes.

Importante en este momento de exploración, propiciar inclusive la discusión en parejas, las respuestas pueden ser una clara evidencia de la comprensión conceptual, clave para encajar la ENCOAVIS.



En Honduras, hay varios emprendimientos y pequeñas empresas que se centran en prácticas y productos verdes. Aquí se mencionan algunos ejemplos:

a) **Cosmética Orgánica:**

Sector: Productos para el cuidado personal

Descripción: elabora productos con ingredientes 100% orgánicos para la higiene personal, el cuidado del cabello, el rostro y los diferentes tipos de piel





b) Eco-tiendas:

Sector: Comercio minorista de productos sostenibles.

Descripción: Tiendas que venden una variedad de productos ecológicos y sostenibles, desde alimentos orgánicos hasta productos de limpieza y cosméticos naturales.

c) Recicladora de Plásticos REPLASTH:

Sector: Reciclaje.

Descripción: Empresa que se especializa en el reciclaje de plásticos, contribuyendo a reducir la contaminación por residuos plásticos en el país.



[BOLÍVAR FUERZAS ARMADAS, TRÉS CUADRAS, JANTES DE LA COLONIA CENTROAMERICANA OESTE, FRENTE A LA COLONIA ESPÍRITU SANTO](#) |
 [CONTACTARLOS](#) |
 [+50492239311](#) |
 [¿QUEREMOS EN RED?!](#) |
 [@REPLASTH](#)



d) Trigona:

Sector: producción y comercialización de miel de abeja

Descripción: La empresa se enfoca en la producción orgánica y sostenible de miel de abejas sin aguijón, destacando por la calidad y las propiedades únicas de este tipo de miel.

EcoSolar:

Sector: Energía Solar

Descripción: empresa que promueve la instalación de sistemas de energía solar en hogares y empresas en Honduras, contribuyendo así a la reducción de la huella de carbono y fomentando el uso de energías renovables.



Estos son solo algunos ejemplos y hay más iniciativas en el país que están trabajando en el ámbito de la sostenibilidad y la ecología. Estos emprendimientos no solo están contribuyendo al desarrollo económico local, sino también promoviendo prácticas empresariales responsables con el medio ambiente en Honduras.



5 Nota técnica para el participante

Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde

I. ¿A qué se refiere la vida silvestre?

La vida silvestre se refiere a todas las formas de vida que existen y se desarrollan de manera natural en ambientes no controlados por el ser humano. Estos organismos, que incluyen animales, plantas, hongos y microorganismos, viven en hábitats naturales como bosques, selvas, praderas, montañas, desiertos, océanos y otros ecosistemas naturales.

II. Características de la vida silvestre

- a) **Autosuficiencia:** La vida silvestre no depende de la intervención humana directa para su supervivencia y reproducción. Está adaptada a las condiciones naturales del medio ambiente en el que habita.
- b) **Diversidad:** Incluye una amplia variedad de especies que interactúan entre sí y con su entorno natural. Esta diversidad es crucial para el equilibrio ecológico y la estabilidad de los ecosistemas.
- c) **Interdependencia:** Las diferentes especies de vida silvestre están interconectadas a través de redes alimentarias, ciclos biogeoquímicos y otras relaciones ecológicas. Los cambios en una especie pueden afectar a otras y al funcionamiento general del ecosistema.
- d) **Adaptaciones especializadas:** Cada especie de vida silvestre está adaptada a las condiciones específicas de su hábitat, desarrollando características físicas, comportamientos y estrategias de supervivencia únicas a lo largo del tiempo evolutivo.
- e) **Importancia ecológica y cultural:** La vida silvestre desempeña roles fundamentales en los servicios ecosistémicos, como la polinización de plantas, la regulación del clima, la purificación del agua y la provisión de alimentos y recursos para las comunidades humanas. Además, muchas culturas y sociedades valoran la vida silvestre por sus aspectos estéticos, espirituales y recreativos.

III. Conceptos básicos relacionados con la vida silvestre.

Biodiversidad:

La vida silvestre es parte integral de la biodiversidad, que se refiere a la variedad de especies de plantas, animales y microorganismos que existen en la Tierra y la compleja interacción entre ellos.

Es el entorno físico en el que viven las especies silvestres y que les proporciona los recursos necesarios para su supervivencia, como alimento, agua, refugio y espacio.

Hábitat:

Especies nativas y especies invasoras:

Las especies nativas son aquellas que evolucionaron en un área geográfica particular y tienen un papel crucial en el ecosistema local. Por otro lado, las especies invasoras son aquellas que son introducidas deliberada o accidentalmente en un hábitat donde no son nativas, y pueden causar daños ecológicos significativos.

Es el manejo y protección de la vida silvestre y sus hábitats con el fin de asegurar que las especies continúen existiendo en el futuro. Esto puede incluir la creación y gestión de áreas protegidas, regulaciones sobre la caza y pesca, y programas de reproducción en cautiverio.

Conservación:

Interacciones ecológicas:

Las especies silvestres interactúan entre sí y con su entorno de múltiples maneras, incluyendo la competencia por recursos, la depredación, la simbiosis y la polinización, entre otros.

La vida silvestre proporciona una amplia gama de beneficios a los seres humanos y a los ecosistemas en general, como la purificación del aire y del agua, el control de plagas, la polinización de cultivos, y el ecoturismo, entre otros.

Servicios ecosistémicos:

Amenazas:

Las principales amenazas para la vida silvestre incluyen la pérdida de hábitat debido a la urbanización y la agricultura intensiva, la contaminación, el cambio climático, la caza furtiva y la introducción de especies invasoras.

La educación pública sobre la importancia de la vida silvestre y la necesidad de conservarla desempeña un papel crucial en la protección a largo plazo de las especies y sus hábitats.

Educación y concienciación:

IV. Cifras relacionadas con la flora y la fauna en Honduras.

En Honduras, la diversidad de flora y fauna es notable debido a su ubicación geográfica y variabilidad climática. Aquí te doy un vistazo general de las cifras más destacadas:

Flora	<p>Número de especies: Se estima que Honduras alberga alrededor de 7,000 especies de plantas, entre las que se incluyen una gran variedad de árboles, arbustos, orquídeas y plantas medicinales.</p>
	<p>Bosques: Los bosques cubren aproximadamente el 40% del territorio hondureño, con una gran diversidad de tipos, desde bosques tropicales húmedos hasta bosques de pino y robledales en las regiones montañosas.</p>
	<p>Especies endémicas: Honduras cuenta con numerosas especies de plantas endémicas, es decir, que se encuentran exclusivamente en esta región y no en ninguna otra parte del mundo.</p>

Fauna	<p>Número de especies: Honduras es hogar de una amplia variedad de fauna, incluyendo más de 700 especies de aves, más de 250 especies de mamíferos, alrededor de 100 especies de reptiles y más de 70 especies de anfibios.</p>
	<p>Especies emblemáticas: Entre las especies más destacadas se encuentran el jaguar, el puma, el mono aullador, la Guara roja (ave nacional), diversas especies de loros, tortugas marinas, manatíes y una variedad de serpientes y anfibios.</p>
	<p>Conservación: A pesar de su rica biodiversidad, muchas especies en Honduras enfrentan amenazas debido a la deforestación, la caza furtiva y el cambio climático. Existen esfuerzos de conservación tanto gubernamentales como de organizaciones no gubernamentales para proteger estas especies y sus hábitats.</p>

V. Metodología y alcances de la ENCOAVIS.

La Estrategia Nacional para la conservación y aprovechamiento de vida silvestre promocionando alternativas para la generación de empleos, es un instrumento que, alineado a las normas jurídicas, políticas y otras estrategias vinculadas a la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre, pretende conducir de manera idónea este mandato, a través de la generación de empleos.

ENCOAVIS, en resumen.

Entre los objetivos de la ENCOAVIS está elaborar una herramienta de planificación a nivel nacional que sea inclusiva, viable y sostenible con la finalidad de que pueda disminuir la presión sobre las diferentes especies (flora y fauna) y que a la vez genere alternativas de fuentes de empleo en diferentes ámbitos mediante el aprovechamiento y conservación de bienes y servicios ambientales a corto, mediano y largo plazo.

a) Objetivos estratégicos²



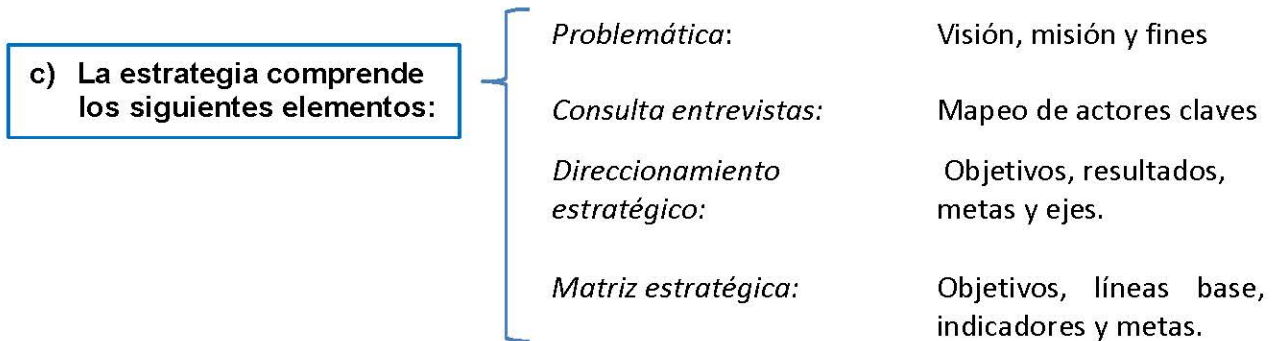
a) Metodología

- Mapeo de actores.
- Elaboración de la estrategia, con la incorporación de elementos claves de planificación estratégica.

b) Alcances

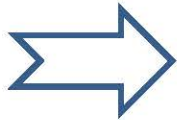
- Contribuir con el manejo adecuado y autosostenible de las especies de flora y fauna nativa del país.
- Generar fuentes o nuevas alternativas de empleo que disminuyan
- La presión y el tráfico de vida silvestre en Honduras.
- Generar alternativas que traigan financiamiento extranjero al país.
- Plantear lineamientos para propuestas de nuevas políticas de conservación de flora y fauna.

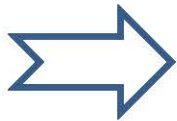
² ENCOAVIS

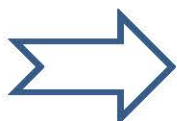


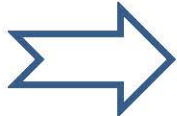
VI. Principales leyes que rigen la biodiversidad en Honduras.

Si bien la fascinación por la vida silvestre nos lleva a admirar la diversidad de especies y ecosistemas en Honduras, es crucial recordar que esta biodiversidad no existe en un vacío legal. Las leyes y regulaciones que protegen a nuestras especies nativas y sus hábitats son el pilar sobre el cual descansa nuestra capacidad de conservar y disfrutar de la vida silvestre en el largo plazo. Desde la Ley Forestal hasta los decretos específicos sobre áreas protegidas, cada marco legal no solo establece directrices para la gestión sostenible, sino que también representa nuestro compromiso colectivo con la preservación de la naturaleza para las generaciones futuras. Es así como la admiración por la vida silvestre se traduce en acción tangible a través de normativas robustas y su aplicación efectiva.

- 

Ley Forestal, de Vida Silvestre y Áreas Protegidas: Esta ley regula la conservación de los recursos forestales, la vida silvestre y establece el marco para la creación y gestión de áreas protegidas. Es fundamental para la conservación de la biodiversidad terrestre y acuática en el país.
- 

Ley General de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible: Esta ley proporciona el marco legal para la protección, conservación, restauración y uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente en general. Incluye disposiciones específicas relacionadas con la biodiversidad.
- 

Ley de Aguas: Regula el uso, aprovechamiento, conservación y protección de los recursos hídricos en Honduras, asegurando la gestión sostenible de los ecosistemas acuáticos y la biodiversidad asociada a estos.
- 

Ley de Pesca y Acuicultura: Esta ley regula la explotación de los recursos pesqueros y acuícolas, asegurando la conservación de las especies marinas y de agua dulce, así como los ecosistemas acuáticos donde habitan.

VII. Funciones del Departamento de Vida Silvestre.

El Instituto de Conservación Forestal (ICF) de Honduras es el organismo responsable de la gestión de los recursos naturales y la conservación de la biodiversidad en el país. El Departamento de Vida Silvestre es el responsable de la administración y manejo de la flora y fauna silvestre a nivel nacional; incluyendo su protección, restauración y aprovechamiento sostenible. Decreto Ley. No. 98-2007 y su reglamento Decreto No. 031-2010. A continuación, se presentan en términos generales las funciones de dicho departamento:

1. **Educación ambiental:** Desarrollar programas educativos y de sensibilización para promover la conservación de la vida silvestre entre la población local, las comunidades y otros grupos interesados. Esto puede incluir talleres, charlas, material educativo y actividades en escuelas y comunidades.

Seguimiento a centros de conservación ex situ: es fundamental para asegurar la preservación y el bienestar de las especies fuera de su hábitat natural. Este proceso implica la implementación de protocolos rigurosos para monitorear la salud, el comportamiento, la reproducción y la genética de los animales bajo cuidado.

2.

Declaración de sitios de importancia para la vida silvestre: es un proceso mediante el cual se identifican, designan y protegen áreas críticas para la conservación de la biodiversidad.

3. Estos sitios, seleccionados por su relevancia ecológica, proporcionan hábitats esenciales para especies amenazadas, endémicas o con necesidades especiales de conservación. es un proceso mediante el cual se identifican, designan y protegen áreas críticas para la conservación de la biodiversidad. Estos sitios, seleccionados por su relevancia ecológica, proporcionan hábitats esenciales para especies amenazadas, endémicas o con necesidades especiales de conservación.

Monitoreo e investigación: Realizar estudios científicos y monitoreo de poblaciones de vida silvestre para evaluar el estado de las especies y entender mejor sus

4.

necesidades y amenazas. Esto puede incluir estudios de campo, análisis de datos y seguimiento de poblaciones.

5.

Conservación de especies: Implementar programas y proyectos para la conservación de especies amenazadas y en peligro de extinción en Honduras. Esto puede incluir la gestión de hábitats, la reintroducción de especies en peligro y la protección de áreas críticas para la biodiversidad.

Gestión de áreas protegidas: Declaratoria de sitios de importancia para la vida silvestre, garantizando la conservación y protección de hábitats y especies silvestres.

6.

VIII. Qué es un empleo verde y cuál es su impacto en la economía.

La conservación de la vida silvestre no solo protege especies en peligro y preserva ecosistemas frágiles, sino que también abre nuevas oportunidades en el campo de los empleos verdes. Estos trabajos, orientados hacia prácticas sostenibles como el ecoturismo, la restauración de hábitats y la gestión de recursos naturales, no solo contribuyen a la salud del medio ambiente, sino que también generan empleo y promueven un crecimiento económico equitativo. Al integrar la conservación de la vida silvestre con iniciativas de empleos verdes, se puede construir un futuro más próspero y en armonía con la naturaleza, donde tanto las personas como la biodiversidad pueden florecer juntas.

El empleo verde se refiere a trabajos que contribuyen significativamente a preservar o restaurar el medio ambiente. Estos empleos están directamente vinculados a actividades que protegen e impulsan el uso sostenible de los recursos naturales, reducen la contaminación y promueven la transición hacia una economía baja en carbono y más sostenible.

El impacto del empleo verde en la economía puede ser bastante significativo:

- **Creación de empleo:** La transición hacia sectores como las energías renovables, la gestión de residuos, la eficiencia energética, entre otros, genera nuevas oportunidades de empleo. Esto incluye desde técnicos especializados hasta trabajadores de la construcción y consultores en sostenibilidad.

Impacto del empleo verde.

- **Innovación tecnológica:** El desarrollo de tecnologías limpias y sostenibles impulsa la innovación en múltiples sectores. Esto puede llevar a nuevas patentes, empresas emergentes y mejoras en la competitividad global.
- **Reducción de costos a largo plazo:** Aunque la inversión inicial puede ser alta, las tecnologías y prácticas verdes tienden a reducir costos operativos a largo plazo. Esto puede beneficiar a las empresas al mejorar su eficiencia y a la sociedad en general al reducir los impactos ambientales negativos.
- **Resiliencia económica:** Los empleos verdes contribuyen a la construcción de una economía más resiliente frente a los cambios climáticos y las fluctuaciones en los precios de los recursos naturales. Diversificar la economía con empleos que no dependan exclusivamente de recursos finitos y contaminantes puede proteger contra crisis futuras.
- **Mejora de la calidad de vida:** La reducción de la contaminación y la promoción de estilos de vida más sostenibles pueden tener beneficios directos en la salud pública y la calidad de vida de las comunidades.

IX. Identificar emprendimientos y pequeñas empresas verdes.

En Honduras, hay varios emprendimientos y pequeñas empresas que se centran en prácticas y productos verdes. Aquí se mencionan algunos ejemplos:

Cosmética Orgánica:

Sector: Productos para el cuidado personal

Descripción: elabora productos con ingredientes 100% orgánicos para la higiene





Eco-tiendas:

Sector: Comercio minorista de productos sostenibles.

Descripción: tiendas que venden una variedad de productos ecológicos sostenibles, desde alimentos orgánicos hasta productos de limpieza y cosméticos naturales.

Recicladora de Plástico REPLASTH:

Sector: Reciclaje.

Descripción: Empresa que se especializa en el reciclaje de plásticos, contribuyendo a reducir la contaminación por residuos plásticos en el país.



Trigona:

Sector: Producción y comercialización de abejas.

Descripción: La empresa se enfoca en la producción orgánica y sostenible de miel de abejas sin aguijón, destacando por la calidad y las propiedades únicas de este tipo de miel.

EcoSolar:

Sector: Energía Solar.

Descripción: Empresa que promueve la instalación de sistemas de energía solar en hogares y empresas en Honduras, contribuyendo así a la reducción de la huella de carbono y fomentando el uso de energías renovables.





PROGRAMA DE LA UNIÓN EUROPEA

EuropeAid/140144/DH/SER/HN “Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras” EUROEMPLEO.

ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA “ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO) EuropeAid/140144/DH/SER/HN

Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes

**NOTA CONCEPTUAL ENCOAVIS-e
GI94**

Entregable 3:

Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS

Unidad didáctica 2

24 de octubre de 2024

Tabla de contenido

1. Presentación	3
2. Objetivos y resultados esperados.....	4
3. Estructura de la unidad didáctica.....	5
3.1 Diseño curricular.....	5
3.2 Orientaciones metodológicas:	6
4. Desarrollo Temático	7
4.1 Planear una campaña sobre vida silvestre y empleos verdes.....	7
4.1.1 Definir Objetivos y Metas.....	7
4.1.2 Investigación y Análisis.....	8
4.1.3 Desarrollo del Mensaje	8
4.1.4 Planificación de Estrategias.....	8
4.1.5 Desarrollo de Materiales y Recursos.....	8
4.1.6 Implementación	9
4.1.7 Monitoreo y Evaluación	9
4.1.8 Divulgación y Expansión.....	9
4.1.9 Sostenibilidad.....	9
4.2 Elaborar material educativo y de divulgación sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleos verdes.	10
4.2.1 Material Educativo y de Divulgación	10
4.2.2 Formatos y Medios de Distribución	11
4.2.3 Evaluación y Retroalimentación.....	12
5. Nota técnica para el participante.....	13

1. Presentación

El Programa de Apoyo Presupuestario EURO EMPLEO, financiado por la Unión Europea, ha venido ejecutando diferentes Intervenciones en el marco de la Política de Empleo de Honduras, una de ellas ha sido el “Diseño y Elaboración de la Estrategia Nacional para la Conservación, y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas para la Generación de Empleo –ENCOAVIS– ejecutada por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF), en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social (SETRASS).

La ENCOAVIS, surge en el marco del interés y del compromiso del ICF y de la SETRASS en particular, y en general del Gobierno de Honduras de administrar y manejar los recursos de la vida silvestre en forma eficiente, además de promover alternativas productivas y empleos verdes a nivel nacional. En la misma se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover impactos positivos y transformadores, durante el periodo 2023 – 2028, en el desarrollo y accionar de las instituciones vinculadas a la gestión de la conservación de la vida silvestre y a la promoción de alternativas productivas y empleos verdes.

En este contexto se desarrolla una misión de Asistencia Técnica para el desarrollo de la Nota Conceptual “Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes”, del cual se derivan acciones de capacitación, asesoría y fortalecimiento de las competencias del personal de las instituciones públicas y privadas para la implementación de la Estrategia ENCOAVIS, con la intención de informar y formarles en torno a esta importante temática, de manera que por su medio, se constituyan en actores estratégicos que contribuyan al proceso de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre de Honduras.

El proceso de formación está constituido por cinco módulos, siendo estos los siguientes:

- Módulo 1: Estrategia Nacional para la Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre Promocionando Alternativas para la Generación de Empleos “ENCOAVIS”
- Módulo 2: Gestión aplicada para la implementación de la ENCOAVIS.
- Módulo 3: Oportunidades de generación de empleo e ingreso con cadenas de valor basadas en la conservación y aprovechamiento de vida silvestre.
- Módulo 4: Generación de oportunidades de empleo verde y emprendimientos.
- Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS.

El presente documento constituye la segunda unidad didáctica, correspondiente al módulo 5.

2. Objetivos y resultados esperados

Diseño Curricular Módulo 5	
Estrategia de comunicación ENCOAVIS	
<p>Objetivo (s) del módulo:</p> <p>Capacitar a los actores sobre la visión y desarrollo de la estrategia de comunicación de la ENCOAVIS para apropiarlos de sus contenidos y aplicación de instrumentos en el acceso a conocimientos y valorizaciones de la vida silvestre.</p> <p>Facilitar a los actores lineamientos de la ENCOAVIS para el uso de TICS en la mejora de la comunicación interna e interinstitucional sobre la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre.</p>	<p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Equipos de comunicaciones y actores locales con conocimientos de mecanismos para medir y evaluar el posicionamiento de ICF sobre la vida silvestre. ● Actores locales capacitados en el manejo de temática de vida silvestre, diseño de campañas, materiales educativos y divulgativos sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleo verde a través de la aplicación de la ENCOAVIS. ● Actores capacitados en procesos y mecanismos de comunicación interna e interinstitucional con el empleo de TICS ● Actores conocen y se integran a los mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación. ● Los equipos de comunicación conocen las estrategias para comunicar los mensajes claves a través de los medios de comunicación tradicional.
<p>Duración: 20 horas. Horas formación virtual: 12 Horas formación presencial: 8</p>	
Código:	Unidades didácticas que conforman el módulo:
01	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde.
02	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre.
03	Promoción de comportamiento y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.
04	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de TICS.
05	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.

3. Estructura de la unidad didáctica

3.1 Diseño curricular

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 02:	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre				
Objetivo específico:	Incrementar el conocimiento y la valoración de la vida silvestre entre el público objetivo de las instituciones públicas a través de estrategias efectivas de comunicación.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Planear una campaña sobre conservación de la vida silvestre y empleos verdes.</p> <p>Elaborar material educativo y de divulgación sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleos verdes.</p>	<p>Identificar quienes serían los aliados estratégicos para la campaña sobre vida silvestre y empleos verdes.</p> <p>Establecer un mecanismo en el que le imparta el contenido sobre vida silvestre y empleos verdes a los aliados.</p> <p>Ejemplificar posibles técnicas para captar la atención del público y que estas tengan un efecto multiplicador en las masas.</p>	<p>Construir un listado selecto sobre los involucrados en la campaña.</p> <p>Mostrar un material educativo y de divulgación sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleos verdes elaborados por personas expertas en el campo.</p>	<p>Preparar materiales que aseguren la transmisión por diferentes medios y comprensión de la información por la mayoría de las personas.</p> <p>Desarrollar la campaña de manera ética y profesional dentro del marco permitido.</p>	<p>Las campañas de comunicación y material informativo/educativo son de calidad y digeribles para los usuarios de la información.</p>	<p>V: 0 P: 4</p>






3.2 Orientaciones metodológicas:

En la capacitación virtual se dará todo el contenido teórico y en la presencial se desarrollará actividad práctica la cual constituirá en hacer una campaña, material educativo y divulgativo sobre la vida silvestre y empleos verdes.

Entre las diversas actividades que se realizarán para alcanzar los objetivos, serán desarrolladas presentaciones magistrales, se verán y escucharán videos, se contará con discusiones grupales y también se entregará una nota técnica con información relevante en relación con los diversos temas tratados.

El material está constituido por dos partes: la primera identificada como **desarrollo temático**, contiene las orientaciones para el facilitador y la segunda, identificada como **nota técnica para el participante**, representa el material que justamente debe ser entregado al participante.

Para orientar a quien facilita la sesión podrán apreciarse a los largo del documento los siguientes iconos y su significado.

	Instrucciones. Por su medio se llamará la atención para leer las recomendaciones para desarrollar la actividad indicada.
	Escriba o solicite que escriban.
	Provocar la reflexión del participante en relación con una situación específica.
	Atención con esta información, es clave.
	Conclusión de un tema. Una idea relevante con la cual cerrar la temática tratada.

4. Desarrollo Temático



Actividad 1: Indique a los participantes que pongan atención al video que se les mostrará, el cual muestra una campaña publicitaria.

Al concluir el video solicite a tres o cuatro participantes que brevemente indiquen qué han captado de la campaña, y a la vez que indiquen cuál es el trabajo que se imaginan se ha realizado previamente para haber podido lograr el resultado final de esa campaña, es decir, haber podido desarrollar el video (en este caso).

A continuación, se procede a explicar aspectos clave para planear una campaña publicitaria enfocada en la vida silvestre y empleos verdes.



4.1 Planear una campaña sobre vida silvestre y empleos verdes.

Planear una campaña sobre vida silvestre y empleos verdes implica varios pasos clave para asegurar su éxito y efectividad. A continuación, se detallan los pasos fundamentales:

4.1.1 Definir Objetivos y Metas

- a) **Objetivos Claros:** Establecer lo que se quiere lograr con la campaña (por ejemplo, aumentar la conciencia sobre la conservación de la vida silvestre y promover empleos verdes).
- b) **Metas Específicas:** Definir metas medibles, como aumentar el conocimiento público en un cierto porcentaje o crear un número específico de nuevos empleos verdes.

4.1.2 Investigación y Análisis

- a) **Análisis de Audiencia:** Identificar el público objetivo (por ejemplo, estudiantes, profesionales, comunidades locales).
- b) **Estudio de Mercado:** Investigar sobre la percepción actual de la vida silvestre y los empleos verdes.
- c) **Identificación de Aliados y Partes Interesadas:** Reconocer organizaciones y personas clave que pueden apoyar la campaña.

4.1.3 Desarrollo del Mensaje

- a) **Mensaje Principal:** Crear un mensaje central claro y convincente que conecte la vida silvestre con los beneficios de los empleos verdes.
- b) **Narrativa y Contenido:** Desarrollar historias y contenido educativo que resuene con la audiencia.

4.1.4 Planificación de Estrategias

- a) **Canales de Comunicación:** Seleccionar los canales más efectivos para llegar a la audiencia (redes sociales, medios tradicionales, eventos comunitarios).
- b) **Tácticas Específicas:** Definir tácticas como campañas en redes sociales, talleres, seminarios, y colaboraciones con influencers o expertos.

4.1.5 Desarrollo de Materiales y Recursos

- a) **Materiales Educativos:** Crear folletos, infografías, videos y otros recursos informativos.
- b) **Sitio Web y Plataformas Digitales:** Desarrollar o actualizar plataformas digitales para apoyar la campaña.

4.1.6 Implementación

- a) **Lanzamiento de la Campaña:** Ejecutar un lanzamiento coordinado en todas las plataformas y canales seleccionados.
- b) **Eventos y Actividades:** Organizar eventos, charlas y actividades comunitarias para involucrar a la audiencia.

4.1.7 Monitoreo y Evaluación

- a) **Seguimiento de Indicadores:** Monitorear los indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir el progreso hacia las metas.
- b) **Retroalimentación y Ajustes:** Recoger retroalimentación de la audiencia y ajustar las tácticas según sea necesario.

4.1.8 Divulgación y Expansión

- a) **Informes y Comunicados:** Publicar informes sobre los logros de la campaña y difundir los resultados.
- b) **Planificación de Fases Futuras:** Evaluar el impacto y planificar las siguientes fases para continuar el impulso de la campaña.

4.1.9 Sostenibilidad

- a) **Mantenimiento del Interés:** Mantener el interés y la participación a largo plazo a través de actualizaciones regulares y nuevas iniciativas.
- b) **Fomento de Empleos Verdes:** Trabajar con empresas y gobiernos para promover políticas y programas que apoyen los empleos verdes.

Implementar estos pasos de manera estructurada y coordinada asegurará que la campaña sobre vida silvestre y empleos verdes sea efectiva y tenga un impacto duradero.



4.2 Elaborar material educativo y de divulgación sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleos verdes.

Elaborar material educativo y de divulgación sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleos verdes es crucial para informar y concienciar al público sobre estos temas. Aquí te proponemos algunos elementos clave que podrías incluir en dicho material:



Actividad 2: Indique a los participantes que recuerden si han tenido la oportunidad de tener en sus manos, materiales relacionados con alguna campaña publicitaria. Si es así, pídeles que escriban una pequeña descripción de estos.

Seguidamente solicite a dos o tres de ellos que comenten lo que han escrito.

Al concluir la ronda de comentarios, solicite que atienda a la presentación que usted hará, en donde con el apoyo del PPT, mostrará algunos materiales utilizados en diversa campañas realizadas en Honduras, relacionadas con diversos temas.

4.2.1 Material Educativo y de Divulgación

1. Introducción a la Conservación y Vida Silvestre
 - Definición de conservación y su importancia para mantener la biodiversidad.
 - Explicación de ecosistemas y su funcionamiento.
2. Importancia de la Vida Silvestre
 - Beneficios de la biodiversidad para los seres humanos y el medio ambiente.
 - Ejemplos de especies emblemáticas y su rol en los ecosistemas.
3. Amenazas a la Vida Silvestre
 - Descripción de las principales amenazas como la pérdida de hábitat, cambio climático, contaminación y tráfico ilegal de especies.

- Impacto de estas amenazas en la biodiversidad global y local.
4. Principales Estrategias de Conservación
 - Conservación in situ vs. ex situ.
 - Ejemplos de programas de conservación exitosos a nivel mundial y local.
 5. Empleos Verdes: Oportunidades y Perfiles
 - Definición de empleos verdes y su conexión con la conservación y sostenibilidad.
 - Descripción de diferentes tipos de empleos verdes: biólogos de conservación, gestores de recursos naturales, técnicos en energías renovables, entre otros.
 6. Formación y Capacitación para Empleos Verdes
 - Educación necesaria y habilidades requeridas para acceder a empleos verdes.
 - Instituciones educativas y programas de formación relevantes.
 7. Historias de Éxito y Testimonios
 - Perfiles de personas que trabajan en empleos verdes y sus experiencias.
 - Casos de éxito en la conservación de especies o hábitats mediante la colaboración de profesionales en empleos verdes.
 8. Acciones Individuales y Colectivas
 - Consejos prácticos para que las personas puedan contribuir a la conservación de la vida silvestre en su vida diaria.
 - Importancia del consumo sostenible y la reducción de huella ecológica.

4.2.2 Formatos y Medios de Distribución

- Folletos y Guías: Para distribuir en eventos, escuelas y centros comunitarios.
- Videos Educativos: Cortos y animaciones que expliquen conceptos clave.
- Infografías: Para visualizar datos y procesos complejos de manera sencilla.
- Sitio Web o Blog: Para alojar el material educativo y ampliar la información disponible.
- Redes Sociales: Publicación de contenido interactivo y visual para llegar a un público más amplio.
- Charlas y Talleres: Organización de eventos presenciales o en línea para profundizar en temas específicos y responder preguntas.

4.2.3 Evaluación y Retroalimentación

- Recopilar comentarios y evaluaciones del público objetivo para mejorar el material.
- Medir el alcance de la campaña a través de métricas como el número de descargas, visualizaciones en línea y participación en eventos.
- Ajustar y actualizar el material según sea necesario para mantenerlo relevante y efectivo.

Con este enfoque integral, podrías crear un conjunto completo de materiales educativos y de divulgación que no solo informen al público sobre la importancia de la conservación y los empleos verdes, sino que también los inspiren a involucrarse activamente en la protección de la vida silvestre y la promoción de prácticas sostenibles.



Actividad 3: Indique a los participantes que atiendan las instrucciones específicas que serán presentadas a continuación, mismas que tienen relación con el diseño de una campaña de publicidad. En este caso en particular, dicha campaña tiene que ver con la conservación y vida silvestre.

5. Nota técnica para el participante

I. Planear una campaña sobre vida silvestre y empleos verdes.

Planear una campaña sobre vida silvestre y empleos verdes implica varios pasos clave para asegurar su éxito y efectividad. A continuación, se detallan los pasos fundamentales:



Objetivos Claros: Establecer lo que se quiere lograr con la campaña (por ejemplo, aumentar la conciencia sobre la conservación de la vida silvestre y promover empleos verdes).

Metas Específicas: Definir metas medibles, como aumentar el conocimiento público en un cierto porcentaje o crear un número específico de nuevos empleos verdes.



Análisis de Audiencia: Identificar el público objetivo (por ejemplo, estudiantes, profesionales, comunidades locales).

Estudio de Mercado: Investigar sobre la percepción actual de la vida silvestre y los empleos verdes.

Identificación de Aliados y Partes Interesadas: Reconocer organizaciones y personas clave que pueden apoyar la campaña.



Mensaje Principal: Crear un mensaje central claro y convincente que conecte la vida silvestre con los beneficios de los empleos verdes.

Narrativa y Contenido: Desarrollar historias y contenido educativo que resuene con la audiencia.



Canales de Comunicación: Seleccionar los canales más efectivos para llegar a la audiencia (redes sociales, medios tradicionales, eventos comunitarios).

Tácticas Específicas: Definir tácticas como campañas en redes sociales, talleres, seminarios, y colaboraciones con influencers o expertos.



Materiales Educativos: Crear folletos, infografías, videos y otros recursos informativos.

Sitio Web y Plataformas Digitales: Desarrollar o actualizar plataformas digitales para apoyar la campaña.



Lanzamiento de la Campaña: Ejecutar un lanzamiento coordinado en todas las plataformas y canales seleccionados.

Eventos y Actividades: Organizar eventos, charlas y actividades comunitarias para involucrar a la audiencia.



Seguimiento de Indicadores: Monitorear los indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir el progreso hacia las metas.

Retroalimentación y Ajustes: Recoger retroalimentación de la audiencia y ajustar las tácticas según sea necesario.



Informes y Comunicados: Publicar informes sobre los logros de la campaña y difundir los resultados.

Planificación de Fases Futuras: Evaluar el impacto y planificar las siguientes fases para continuar el impulso de la campaña.



Mantenimiento del Interés: Mantener el interés y la participación a largo plazo a través de actualizaciones regulares y nuevas iniciativas.

Fomento de Empleos Verdes: Trabajar con empresas y gobiernos para promover políticas y programas que apoyen los empleos verdes.

II Formatos y Medios de Distribución.

- **Folleto y Guías:** Para distribuir en eventos, escuelas y centros comunitarios.
- **Videos Educativos:** Cortos y animaciones que expliquen conceptos clave.
- **Infografías:** Para visualizar datos y procesos complejos de manera sencilla.
- **Sitio Web o Blog:** Para alojar el material educativo y ampliar la información disponible.
- **Redes Sociales:** Publicación de contenido interactivo y visual para llegar a un público más amplio.
- **Charlas y Talleres:** Organización de eventos presenciales o en línea para profundizar en temas específicos y responder preguntas.

III Evaluación y Retroalimentación.

- Recopilar comentarios y evaluaciones del público objetivo para mejorar el material.
- Medir el alcance de la campaña a través de métricas como el número de descargas, visualizaciones en línea y participación en eventos.
- Ajustar y actualizar el material según sea necesario para mantenerlo relevante y efectivo.



PROGRAMA DE LA UNIÓN EUROPEA

EuropeAid/140144/DH/SER/HN “Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras” EUROEMPLEO.

ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA “ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO) EuropeAid/140144/DH/SER/HN

Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes

NOTA CONCEPTUAL ENCOAVIS-e

GI94

Entregable 3:

Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOVAIS

Unidad didáctica 3

24 de octubre de 2024

Tabla de contenido

1	Presentación	3
2	Objetivos y resultados esperados.....	4
3	Estructura de la unidad didáctica.....	5
3.1	Diseño curricular	5
3.2	Orientaciones metodológicas:.....	6
4	Desarrollo temático.....	7
4.1	Objetivos estratégicos, resultados y metas, para reducir la presión sobre la vida silvestre.	7
	Uso racional de la vida silvestre.....	7
	Control del tráfico ilegal de la vida silvestre	7
	Manejo y conservación de la Vida Silvestre	8
	Monitoreo Biológico e investigación de la Vida Silvestre	8
4.2	Cómo se puede sensibilizar a la población en relación con los comportamientos y prácticas que pueden disminuir la presión sobre la vida silvestre.	9
a)	Educación Ambiental.....	9
b)	Campañas de Concienciación.....	9
c)	Capacitación y Entrenamiento	9
d)	Involucramiento Comunitario	9
e)	Incentivos Económicos	10
f)	Regulación y Cumplimiento	10
g)	Investigación y Monitoreo	10
5	Nota técnica para el participante.....	11

1 Presentación

El Programa de Apoyo Presupuestario EURO EMPLEO, financiado por la Unión Europea, ha venido ejecutando diferentes Intervenciones en el marco de la Política de Empleo de Honduras, una de ellas ha sido el “Diseño y Elaboración de la Estrategia Nacional para la Conservación, y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas para la Generación de Empleo –ENCOAVIS– ejecutada por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF), en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social (SETRASS).

La ENCOAVIS, surge en el marco del interés y del compromiso del ICF y de la SETRASS en particular, y en general del Gobierno de Honduras de administrar y manejar los recursos de la vida silvestre en forma eficiente, además de promover alternativas productivas y empleos verdes a nivel nacional. En la misma se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover impactos positivos y transformadores, durante el periodo 2023 – 2028, en el desarrollo y accionar de las instituciones vinculadas a la gestión de la conservación de la vida silvestre y a la promoción de alternativas productivas y empleos verdes.

En este contexto se desarrolla una misión de Asistencia Técnica para el desarrollo de la Nota Conceptual “Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes”, del cual se derivan acciones de capacitación, asesoría y fortalecimiento de las competencias del personal de las instituciones públicas y privadas para la implementación de la Estrategia ENCOAVIS, con la intención de informar y formarles en torno a esta importante temática, de manera que por su medio, se constituyan en actores estratégicos que contribuyan al proceso de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre de Honduras.

El proceso de formación está constituido por cinco módulos, siendo estos los siguientes:

- Módulo 1: Estrategia Nacional para la Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre Promocionando Alternativas para la Generación de Empleos “ENCOAVIS”
- Módulo 2: Gestión aplicada para la implementación de la ENCOAVIS.
- Módulo 3: Oportunidades de generación de empleo e ingreso con cadenas de valor basadas en la conservación y aprovechamiento de vida silvestre.
- Módulo 4: Generación de oportunidades de empleo verde y emprendimientos.
- Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS.

El presente documento constituye la tercera unidad didáctica, correspondiente al módulo 5.

2 Objetivos y resultados esperados

Diseño Curricular Módulo 5	
Estrategia de comunicación ENCOAVIS	
<p>Objetivo (s) del módulo:</p> <p>Capacitar a los actores sobre la visión y desarrollo de la estrategia de comunicación de la ENCOAVIS para apropiarlos de sus contenidos y aplicación de instrumentos en el acceso a conocimientos y valorizaciones de la vida silvestre.</p> <p>Facilitar a los actores lineamientos de la ENCOAVIS para el uso de TICS en la mejora de la comunicación interna e interinstitucional sobre la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre.</p>	<p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Equipos de comunicaciones y actores locales con conocimientos de mecanismos para medir y evaluar el posicionamiento de ICF de la vida silvestre. ● Actores locales capacitados en el manejo de temática de vida silvestre, diseño de campañas, materiales educativos y divulgativos sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleo verde a través de la aplicación de la ENCOAVIS. ● Actores capacitados en procesos y mecanismos de comunicación interna e interinstitucional con el empleo de TICS ● Actores conocen y se integran a los mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación. ● Los equipos de comunicación conocen las estrategias para comunicar los mensajes claves a través de los medios de comunicación tradicional.
<p>Duración: 20 horas. Horas formación virtual: 12 Horas formación presencial: 8</p>	
Código:	Unidades didácticas que conforman el módulo:
01	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde.
02	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre.
03	Promoción de comportamiento y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.
04	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de Tics.
05	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.

3 Estructura de la unidad didáctica

3.1Diseño curricular

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 03:	Promoción de comportamientos y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.				
Objetivo específico:	Capacitar a comunicadores para que promuevan activamente comportamientos y prácticas que reduzcan la presión sobre la vida silvestre a través de los medios de comunicación.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Demostrar cuáles son los comportamientos y prácticas para reducir la presión sobre la vida silvestre.</p> <p>Mostrar cómo se puede sensibilizar a la población en relación con los comportamientos y prácticas que pueden disminuir la presión sobre la vida silvestre.</p>	<p>Explicar cuáles son los comportamientos y prácticas sobre la vida silvestre.</p> <p>Observar o investigar cual es la presión sobre la vida silvestre actual.</p> <p>Identificar organizaciones dentro de la sociedad que pueden contribuir con la sensibilización de la población, sobre dichos comportamientos y prácticas.</p>	<p>Ilustrar comportamientos y prácticas que reducirán la presión sobre la vida silvestre en el corto tiempo.</p> <p>Elaborar una propuesta de sensibilización para la población que podría implementarse a lo interno de barrio, colonias, aldeas y otros.</p>	<p>Recomendar el Respeto al entorno natural.</p> <p>Organizar actividades que fortalezcan el lazo entre la comunidad y las buenas prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.</p>	<p>Evaluar cómo las prácticas promovidas contribuyen a la conservación de especies y ecosistemas vulnerables.</p> <p>Evaluar el impacto de las iniciativas educativas en la sensibilización y el cambio de comportamiento hacia prácticas sostenibles.</p> <p>Evaluar la efectividad de las colaboraciones entre sectores público, privado y organizaciones no gubernamentales en la implementación de estrategias de conservación.</p>	<p>V: 3 P: 1</p>






3.2 Orientaciones metodológicas:

En la capacitación virtual se dará todo el contenido teórico y en la presencial se desarrollará actividad práctica sobre como comunicar los comportamiento y prácticas para reducir la presión sobre la vida silvestre.

Entre las diversas actividades que se realizarán para alcanzar los objetivos, serán desarrolladas presentaciones magistrales, se verán y escucharán videos, se contará con discusiones grupales y también se entregará una nota técnica con información relevante en relación con los diversos temas tratados.

El material está constituido por dos partes: la primera identificada como **desarrollo temático**, contiene las orientaciones para el facilitador y la segunda, identificada como **nota técnica para el participante**, representa el material que justamente debe ser entregado al participante.

Para orientar a quien facilita la sesión podrán apreciarse a los largo del documento los siguientes iconos y su significado.

	Instrucciones. Por su medio se llamará la atención para leer las recomendaciones para desarrollar la actividad indicada.
	Escriba o solicite que escriban.
	Provocar la reflexión del participante en relación con una situación específica.
	Atención con esta información, es clave.
	Conclusión de un tema. Una idea relevante con la cual cerrar la temática tratada.

4 Desarrollo temático



Actividad 1: Se solicita al grupo de participantes que observen el siguiente video (duración aproximadamente 3.5 minutos de duración).

<https://www.youtube.com/watch?v=UC0ePaabh1w>

A partir de haber visto y escuchado el video, se solicita al grupo de participantes que comenten sus apreciaciones en relación con la degradación de la vida silvestre en Honduras. En conjunto, para esta actividad puede estimarse 10 minutos.

A continuación, se procede a explicar los conceptos básicos sobre la vida silvestre.



Para reducir la presión sobre la vida silvestre, es crucial adoptar comportamientos y prácticas sostenibles que promuevan la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad. A continuación, se muestran objetivos estratégicos que se pueden perseguir para lograrlos, así mismo, algunas estrategias para sensibilizar a la población en dicha temática.

4.1 Objetivos estratégicos, resultados y metas, para reducir la presión sobre la vida silvestre.

Uso racional de la vida silvestre

- **Meta:** Reducir el 50% del uso irracional al 2028.
- **Resultados:**
 - Planes de manejo forestal, planes específicos de área protegidas, planes de manejo de cuencas y planes de acuicultura, planes SIPLVS aplicando las normas correspondientes.
 - Instrumentos técnicos y normativos aplicados.

Control del tráfico ilegal de la vida silvestre

- **Meta:** Al menos el 50% de clubes de caza registrados.
- **Resultados:**
 - Calendario cinegético elaborado.
 - Guarda recursos certificados.
 - Fuerza de Tarea Interinstitucional Contra el Delito Ambiental (FTIA) fortalecida.
 - Inspectores aduaneros capacitados.
 - Guías de aprovechamiento y/o elaborada.
 - Tráfico ilegal mediante vedas de control establecidas.
 - Programa Nacional de Conservación de la Fauna Silvestre (Programa de rescate, rehabilitación, reproducción y liberación de fauna) establecido.

Manejo y conservación de la Vida Silvestre

- **Meta:** Establecer línea de base del monitoreo del manejo y conservación de VS
- **Resultados:**
 - Estrategia de Investigación y Monitoreo de la Vida Silvestre actualizada e implementándose (Planes de conservación de objetos de conservación).
 - Personal técnico de entes vinculados a la VS participando activamente.
 - Mejoradas condiciones (DIGEPESCA, DIBIO, ICF).
 - Sitios de importancia para la vida silvestre (SIPLVS)¹ declarados.
 - SIPLVS bajo manejo.

Monitoreo Biológico e investigación de la Vida Silvestre

- **Meta:** Un programa de investigación y monitoreo biológico diseñado y en aplicación, que incluya la investigación científica.
- **Resultados:**
 - Línea de base de la VS organizada.
 - Avances identificados.
 - Investigación científica en aplicación.

¹ Por ejemplo: <https://icf.gob.hn/vida-silvestre/>

4.2 Cómo se puede sensibilizar a la población en relación con los comportamientos y prácticas que pueden disminuir la presión sobre la vida silvestre.



Actividad 2: Los participantes escriben por lo menos tres ideas de cómo imaginan que se podría mostrar a la población la manera adecuada de comportarse con el medio ambiente y con ello bajar la presión sobre la vida silvestre. Para ello se asignan tres minutos de tiempo.

Posteriormente, se solicita a cuatro participantes que comenten cuáles son sus ideas al respecto.

Para sensibilizar a la población en Honduras en relación con los comportamientos y prácticas que pueden disminuir la presión sobre la vida silvestre, se pueden implementar las siguientes estrategias:

a) Educación Ambiental

Desarrollar programas educativos tanto formales como informales en escuelas, universidades y comunidades locales. Estos programas deben enfocarse en la importancia de la biodiversidad, los ecosistemas locales y las amenazas que enfrentan debido a actividades humanas.

b) Campañas de Concienciación

Realizar campañas mediáticas que destaquen los problemas ambientales específicos relacionados con la vida silvestre en Honduras. Utilizar medios de comunicación tradicionales y digitales para llegar a diferentes segmentos de la población.

c) Capacitación y Entrenamiento

Capacitar a líderes comunitarios, docentes, guías turísticos y otros actores locales sobre la conservación de la vida silvestre. Estos individuos pueden actuar como multiplicadores del mensaje y promotores de prácticas sostenibles.

d) Involucramiento Comunitario

Fomentar la participación de las comunidades en iniciativas de conservación. Esto puede incluir la creación de reservas comunitarias, programas de ecoturismo responsable y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles.

e) Incentivos Económicos

Implementar políticas que proporcionen incentivos económicos para la conservación de la vida silvestre, como programas de pagos por servicios ambientales o certificaciones para productos sostenibles.

f) Regulación y Cumplimiento

Fortalecer la aplicación de leyes ambientales y normativas relacionadas con la protección de la vida silvestre. Esto incluye medidas para combatir la caza ilegal, el tráfico de especies y la destrucción del hábitat.

g) Investigación y Monitoreo

Realizar investigaciones científicas para entender mejor las poblaciones de vida silvestre y los factores que las amenazan. Utilizar estos datos para informar políticas y acciones de conservación efectivas.

Estas estrategias deben adaptarse a las realidades socioeconómicas y culturales específicas de Honduras, promoviendo un enfoque integrado y colaborativo entre el gobierno, las organizaciones no gubernamentales, el sector privado y la sociedad civil.



5 Nota técnica para el participante

- I. Objetivos estratégicos, resultados y metas, para reducir la presión sobre la vida silvestre.

<ul style="list-style-type: none">• Uso racional de la vida silvestre	<p>Meta: Reducir el 50% del uso irracional al 2028.</p>
	<p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Planes de manejo forestal, planes específicos de área protegidas, planes de manejo de cuencas y planes de acuicultura, planes SIPLVS aplicando las normas correspondientes.○ Instrumentos técnicos y normativos aplicados.

<ul style="list-style-type: none">• Control del tráfico ilegal de la vida silvestre	<p>Meta: Al menos el 50% de clubes de caza registrados.</p>
	<p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Calendario cinegético elaborado.○ Guarda recursos certificados.○ Fuerza de Tarea Interinstitucional Contra el Delito Ambiental (FTIA) fortalecida.○ Inspectores aduaneros capacitados.○ Guías de aprovechamiento y/o elaborada.○ Tráfico ilegal mediante vedas de control establecidas.○ Programa Nacional de Conservación de la Fauna Silvestre (Programa de rescate, rehabilitación, reproducción y liberación de fauna) establecido.

<ul style="list-style-type: none"> • Manejo y conservación de la Vida Silvestre 	<p>Meta: Establecer línea de base del monitoreo del manejo y conservación de VS.</p>
	<p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategia de Investigación y Monitoreo de la Vida Silvestre actualizada e implementándose (Planes de conservación de objetos de conservación). ○ Personal técnico de entes vinculados a la VS participando activamente. ○ Mejoradas condiciones (DIGEPESCA, DIBIO, ICF). ○ Sitios de importancia para la vida silvestre (SIPLVS)² declarados. ○ SIPVS bajo manejo.

<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo Biológico e investigación de la Vida Silvestre 	<p>Meta: Al menos el 50% de clubes de caza registrados.</p>
	<p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Calendario cinegético elaborado. ○ Guarda recursos certificados. ○ Fuerza de Tarea Interinstitucional Contra el Delito Ambiental (FTIA) fortalecida. ○ Inspectores aduaneros capacitados. ○ Guías de aprovechamiento y/o elaborada. ○ Tráfico ilegal mediante vedas de control establecidas. ○ Programa Nacional de Conservación de la Fauna Silvestre (Programa de rescate, rehabilitación, reproducción y liberación de fauna) establecido.

² Por ejemplo: <https://icf.gob.hn/vida-silvestre/>

Cómo se puede sensibilizar a la población en relación con los comportamientos y prácticas que pueden disminuir la presión sobre la vida silvestre.

Educación Ambiental: Desarrollar programas educativos tanto formales como informales en escuelas, universidades y comunidades locales. Estos programas deben enfocarse en la importancia de la biodiversidad, los ecosistemas locales y las amenazas que enfrentan debido a actividades humanas.

Campañas de Concienciación: Realizar campañas mediáticas que destaquen los problemas ambientales específicos relacionados con la vida silvestre en Honduras. Utilizar medios de comunicación tradicionales y digitales para llegar a diferentes segmentos de la población.

Capacitación y Entrenamiento: Capacitar a líderes comunitarios, docentes, guías turísticos y otros actores locales sobre la conservación de la vida silvestre. Estos individuos pueden actuar como multiplicadores del mensaje y promotores de prácticas sostenibles.

Involucramiento Comunitario: Fomentar la participación de las comunidades en iniciativas de conservación. Esto puede incluir la creación de reservas comunitarias, programas de ecoturismo responsable y la promoción de prácticas agrícolas sostenibles.

Incentivos Económicos: Implementar políticas que proporcionen incentivos económicos para la conservación de la vida silvestre, como programas de pagos por servicios ambientales o certificaciones para productos sostenibles.

Regulación y Cumplimiento: Fortalecer la aplicación de leyes ambientales y normativas relacionadas con la protección de la vida silvestre. Esto incluye medidas para combatir la caza ilegal, el tráfico de especies y la destrucción del hábitat.

Investigación y Monitoreo: Realizar investigaciones científicas para entender mejor las poblaciones de vida silvestre y los factores que las amenazan. Utilizar estos datos para informar políticas y acciones de conservación efectivas.



PROGRAMA DE LA UNIÓN EUROPEA

EuropeAid/140144/DH/SER/HN “Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras” EUROEMPLEO.

ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA “ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO) EuropeAid/140144/DH/SER/HN

Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes

NOTA CONCEPTUAL ENCOAVIS-e GI94

Entregable 3:

Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOVIS Unidad didáctica 4

25 de octubre de 2024

1. Tabla de contenido

2. Presentación.....	4
3. Objetivos y resultados esperados	5
4. Estructura de la unidad didáctica	6
4.1 Diseño curricular.....	6
4.2 Orientaciones metodológicas:	8
5. Comunicación interna y cuál es su importancia.	9
5.1 Importancia de la comunicación Interna:	9
5.2 Tipos de comunicación interna.	10
5.2.1 Vertical descendente:	10
5.2.2 Vertical ascendente:	10
5.2.3 Horizontal o lateral:	10
5.2.4 Diagonal:.....	11
5.2.5 Formal e informal:	11
5.3 Organizar un diagnóstico de comunicación interna	11
5.3.1 Contexto Organizacional.....	12
5.3.2 Objetivos del diagnóstico.....	12
5.3.3 Metodología.....	12
5.3.4 Análisis de la situación actual	12
5.3.5 Identificación de necesidades y áreas de mejora	13
5.3.6 Recomendaciones y plan de Acción.....	13
5.3.7 Evaluación y seguimiento	13
6. Las tecnologías de la información y la comunicación	14
6.1 Características principales de las TIC.....	14
6.2 Importancia de las TIC.....	15
7. Tendencias en las TIC para la mejora de la comunicación	15
8. Comunicación interinstitucional.....	17
8.1 Características de la comunicación interinstitucional:	17
8.2 Ejemplos de comunicación interinstitucional	18
8.3 Importancia de la comunicación interinstitucional	18
9. Construir una estrategia de comunicación interinstitucional.....	19
9.1 Análisis de contexto.....	19
9.2 Definición de públicos objetivo.....	19
9.3 Establecimiento de objetivos de comunicación	19

9.4	Selección de estrategias y canales de comunicación	19
9.5	Mensajes clave y contenidos	20
9.6	Planificación y Ejecución	20
9.7	Evaluación y ajustes	20
10.	<i>Elaborar un plan de comunicación interinstitucional.</i>	20
10.1	Introducción y Objetivos	20
10.2	Análisis de Públicos	21
10.3	Estrategias y Canales de Comunicación	21
10.4	Mensajes Clave y Contenidos	22
10.5	Planificación y Ejecución	22
10.6	Evaluación y Seguimiento	22
11.	<i>Nota técnica para el participante</i>	24

2. Presentación

El Programa de Apoyo Presupuestario EURO EMPLEO, financiado por la Unión Europea, ha venido ejecutando diferentes Intervenciones en el marco de la Política de Empleo de Honduras, una de ellas ha sido el “Diseño y Elaboración de la Estrategia Nacional para la Conservación, y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas para la Generación de Empleo –ENCOAVIS– ejecutada por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF), en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social (SETRASS).

La ENCOAVIS, surge en el marco del interés y del compromiso del ICF y de la SETRASS en particular, y en general del Gobierno de Honduras de administrar y manejar los recursos de la vida silvestre en forma eficiente, además de promover alternativas productivas y empleos verdes a nivel nacional. En la misma se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover impactos positivos y transformadores, durante el periodo 2023 – 2028, en el desarrollo y accionar de las instituciones vinculadas a la gestión de la conservación de la vida silvestre y a la promoción de alternativas productivas y empleos verdes.

En este contexto se desarrolla una misión de Asistencia Técnica para el desarrollo de la Nota Conceptual “Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes”, del cual se derivan acciones de capacitación, asesoría y fortalecimiento de las competencias del personal de las instituciones públicas y privadas para la implementación de la Estrategia ENCOAVIS, con la intención de informar y formarles en torno a esta importante temática, de manera que por su medio, se constituyan en actores estratégicos que contribuyan al proceso de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre de Honduras.

El proceso de formación está constituido por cinco módulos, siendo estos los siguientes:

- Módulo 1: Estrategia Nacional para la Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre Promocionando Alternativas para la Generación de Empleos “ENCOAVIS”
- Módulo 2: Gestión aplicada para la implementación de la ENCOAVIS.
- Módulo 3: Oportunidades de generación de empleo e ingreso con cadenas de valor basadas en la conservación y aprovechamiento de vida silvestre.
- Módulo 4: Generación de oportunidades de empleo verde y emprendimientos.
- Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS.

El presente documento constituye la cuarta unidad didáctica, correspondiente al módulo 5.

3. Objetivos y resultados esperados

Diseño Curricular Módulo 5	
Estrategia de comunicación ENCOAVIS	
<p>Objetivo (s) del módulo:</p> <p>Capacitar a los actores sobre la visión y desarrollo de la estrategia de comunicación de la ENCOAVIS para apropiarlos de sus contenidos y aplicación de instrumentos en el acceso a conocimientos y valorizaciones de la vida silvestre.</p> <p>Facilitar a los actores lineamientos de la ENCOAVIS para el uso de TICS en la mejora de la comunicación interna e interinstitucional sobre la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre.</p>	<p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de comunicaciones y actores locales con conocimientos de mecanismos para medir y evaluar el posicionamiento de ICF de la vida silvestre. • Actores locales capacitados en el manejo de temática de vida silvestre, diseño de campañas, materiales educativos y divulgativos sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleo verde a través de la aplicación de la ENCOAVIS. • Actores capacitados en procesos y mecanismos de comunicación interna e interinstitucional con el empleo de TICS • Actores conocen y se integran a los mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación. • Los equipos de comunicación conocen las estrategias para comunicar los mensajes claves a través de los medios de comunicación tradicional.
<p>Duración: 20 horas. Horas formación virtual: 12 Horas formación presencial: 8</p>	
Código:	Unidades didácticas que conforman el módulo:
01	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde.
02	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre.
03	Promoción de comportamiento y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.
04	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de TIC.
05	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.

4. Estructura de la unidad didáctica

4.1 Diseño curricular

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 04:	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).				
Objetivo específico:	Implementar herramientas de TIC que mejoren la comunicación interna y la interinstitucional dentro de la organización, con el fin de optimizar la fluidez y eficiencia en la transmisión de información entre los distintos departamentos y entidades involucradas.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Explicar conceptos de comunicación interna y cuál es su importancia.</p> <p>Describir los tipos de comunicación interna.</p> <p>Organizar un diagnóstico de comunicación interna.</p> <p>Explicar cuál es el concepto de TIC.</p> <p>Mostrar tendencias en las TIC para la mejora de la comunicación.</p>	<p>Identificar los diferentes canales internos que se utilizan para la comunicación.</p> <p>Explicar el organigrama y jerarquía dentro de la institución.</p> <p>Construir normas y técnicas de comunicación que prevalezcan permanentes para mayor seguimiento a la comunicación.</p> <p>Proponer ideas que estén en tendencia para mejorar la comunicación interinstitucional.</p>	<p>Evaluar exhaustivamente el actual sistema de comunicación de cada institución participante identificando sus fortalezas y debilidades.</p>	<p>Examinar con responsabilidad y ética todas las observaciones y sugerencias planeadas por los involucrados para lograr el efecto que se busca en la comunicación interna.</p>	<p>Elaboración de propuesta de diagnósticos y seguimiento de las herramientas de comunicación interna e interinstitucional utilizando las TIC adecuadas.</p> <p>Propuesta de sistema de mejora de la comunicación institucional (interna).</p>	<p>V: 3</p> <p>P: 1</p>

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 04:	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).				
Objetivo específico:	Implementar herramientas de TIC que mejoren la comunicación interna y la interinstitucional dentro de la organización, con el fin de optimizar la fluidez y eficiencia en la transmisión de información entre los distintos departamentos y entidades involucradas.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Describir el concepto de Comunicación interinstitucional.</p> <p>Construir una estrategia de comunicación interinstitucional.</p> <p>Elaborar un plan de comunicación interinstitucional.</p>		Elaborar una propuesta en la que se establezcan los actores involucrados y la metodología que estos deben utilizar, para lograr una mayor fluidez en la comunicación interna.	Practicar los acuerdos a los que se logre llevar en pro de la mejora continua en la comunicación interna e interinstitucional.		V: 3 P: 1






4.2 Orientaciones metodológicas:

En la capacitación virtual se dará todo el contenido teórico y en la presencial se desarrollará actividad práctica para identificar la flora y fauna e identificaremos algunos empleos verde o empresas/emprendimientos verdes, ya que en la segunda unidad haremos material divulgativo sobre estos.

Entre las diversas actividades que se realizarán para alcanzar los objetivos, serán desarrolladas presentaciones magistrales, se verán y escucharán videos, se contará con discusiones grupales y también se entregará una nota técnica con información relevante en relación con los diversos temas tratados.

El material está constituido por dos partes: la primera identificada como **desarrollo temático**, contiene las orientaciones para el facilitador y la segunda, identificada como **nota técnica para el participante**, representa el material que justamente debe ser entregado al participante.

Para orientar a quien facilita la sesión podrán apreciarse a lo largo del documento los siguientes iconos y su significado.

	Instrucciones. Por su medio se llamará la atención para leer las recomendaciones para desarrollar la actividad indicada.
	Escriba o solicite que escriban.
	Provocar la reflexión del participante en relación con una situación específica.
	Atención con esta información, es clave.
	Conclusión de un tema. Una idea relevante con la cual cerrar la temática tratada.



Actividad 1: Se pregunta a los participantes ¿A qué se le llama comunicación interna en una organización y cuál es su importancia?



Se comenta que tienes tres minutos para escribir su respuesta y que luego se compartirá desde algunos de ellos (3 o 4) lo que han escrito.

A continuación, se procede a explicar los conceptos básicos sobre la vida silvestre (utilice la PPT).



5. Comunicación interna y cuál es su importancia.

La comunicación interna se refiere al flujo de información dentro de una organización entre todos sus niveles jerárquicos y departamentos. Incluye todos los medios y procesos utilizados para transmitir mensajes y asegurar que los empleados comprendan la misión, visión, valores y objetivos de la empresa, así como para facilitar la colaboración y el trabajo en equipo.

5.1 Importancia de la comunicación Interna:

La importancia de la comunicación interna radica en varios aspectos fundamentales para el funcionamiento efectivo de una organización:

- a) **Cohesión Organizacional:** Ayuda a crear un sentido de unidad y pertenencia entre los empleados, alineando sus acciones y esfuerzos con los objetivos corporativos.
- b) **Transmisión de Información:** Facilita la difusión de información crucial, como políticas, procedimientos, cambios organizacionales y noticias relevantes que afectan a los empleados.
- c) **Motivación y Compromiso:** Mejora la moral y el compromiso de los empleados al mantenerlos informados, escuchar sus opiniones y proporcionar retroalimentación constructiva.

- d) **Eficiencia Operativa:** Optimiza los procesos internos al reducir malentendidos, errores y duplicación de esfuerzos, lo que conduce a una mayor productividad y eficiencia.
- e) **Cultura Organizacional:** Contribuye a la formación y fortalecimiento de la cultura organizacional al promover valores compartidos y comportamientos deseables.

5.2 Tipos de comunicación interna.

La comunicación interna en una organización puede dividirse en varios tipos, cada uno con características y propósitos específicos. Acá se describen los principales tipos de comunicación interna:

5.2.1 Vertical descendente:

- a) **Definición:** Es la comunicación que fluye de niveles superiores a inferiores dentro de la estructura organizacional.
- b) **Propósito:** Transmitir información sobre políticas, objetivos, estrategias y decisiones de la alta dirección hacia los empleados.
- c) **Ejemplos:** Comunicados del CEO, directivas de los gerentes, reuniones de cascada.

5.2.2 Vertical ascendente:

- a) **Definición:** Se refiere a la comunicación que fluye de niveles inferiores a superiores en la organización.
- b) **Propósito:** Recopilar retroalimentación, sugerencias, informes de progreso y preocupaciones de los empleados.
- c) **Ejemplos:** Encuestas de satisfacción laboral, reuniones de retroalimentación, sistemas de sugerencias.

5.2.3 Horizontal o lateral:

- a) **Definición:** Es la comunicación entre empleados que ocupan el mismo nivel jerárquico o departamental.
- b) **Propósito:** Coordinar tareas, compartir información relevante y colaborar en proyectos o iniciativas comunes.
- c) **Ejemplos:** Reuniones de equipo, correos electrónicos de proyecto, comunicación en redes sociales corporativas.

5.2.4 Diagonal:

- a) **Definición:** Comunicación que ocurre entre empleados de diferentes niveles jerárquicos y departamentos.
- b) **Propósito:** Facilitar la cooperación interdepartamental, resolver problemas complejos y promover la integración organizacional.
- c) **Ejemplos:** Comités interdepartamentales, grupos de trabajo multifuncionales, proyectos interdisciplinarios.

5.2.5 Formal e informal:

- a) **Formal:** Comunicación que sigue canales y protocolos establecidos por la organización.
- b) **Informal:** Comunicación no estructurada que ocurre naturalmente entre los empleados.
- c) **Propósito:** La formal asegura consistencia y cumplimiento de normativas, mientras que la informal promueve relaciones interpersonales y la difusión rápida de información.

Cada tipo de comunicación interna juega un papel crucial en el funcionamiento eficiente y la cohesión organizacional, permitiendo que la información fluya adecuadamente entre todos los niveles y áreas de la empresa.



5.3 Organizar un diagnóstico de comunicación interna



Actividad 2: Se pregunta a los participantes ¿Es importante que la comunicación interna sea adecuada? ¿Cómo nos podremos dar cuenta de que lo es?

Se comenta que tiene tres minutos para escribir su respuesta y que luego se compartirán algunos de ellos (3 o 4) lo que han escrito.

A continuación, se conocerá cuáles son los pasos para realizar un diagnóstico de comunicación interna, esto servirá más adelante cuando en la capacitación virtual se lleve a la práctica. (Utilice la PPT)



5.3.1 Contexto Organizacional

- a) **Descripción de la organización:** Tamaño, estructura jerárquica, número de empleados, ubicaciones, etc.
- b) **Cultura organizacional:** Valores, normas, estilo de gestión, nivel de transparencia y apertura.

5.3.2 Objetivos del diagnóstico

Establecer los objetivos específicos del diagnóstico de comunicación interna.

Ejemplos: Mejorar la eficiencia de la comunicación, fortalecer la cultura organizacional, aumentar el compromiso de los empleados, etc.

5.3.3 Metodología

- a) **Métodos de recolección de datos:** Encuestas, entrevistas, grupos focales, análisis de documentos, observación directa, entre otros.
- b) **Selección de participantes:** Empleados de diferentes niveles y departamentos, representantes sindicales si los hubiera, directivos clave, etc.
- c) **Plan de recolección de datos:** Cronograma, recursos necesarios, herramientas tecnológicas si es necesario.

5.3.4 Análisis de la situación actual

- a) **Análisis de canales de comunicación:** Identificar los canales utilizados (correos electrónicos, intranet, reuniones, carteleras, etc.) y evaluar su efectividad.
- b) **Flujo de información:** Evaluar la efectividad del flujo de información vertical, ascendente, horizontal y diagonal.
- c) **Clima de comunicación:** Percepciones de los empleados sobre la comunicación en la organización (eficacia, transparencia, frecuencia, relevancia).

5.3.5 Identificación de necesidades y áreas de mejora

- a) **Brechas identificadas:** Comparar los resultados con las mejores prácticas y las expectativas organizacionales.
- b) **Priorización de necesidades:** Determinar qué áreas deben mejorarse con mayor urgencia y relevancia.

5.3.6 Recomendaciones y plan de Acción

- a) **Propuestas de mejora:** Estrategias específicas para abordar las áreas identificadas (por ejemplo, mejorar la tecnología de comunicación, implementar programas de formación en comunicación, revisar y actualizar políticas de comunicación, etc.).
- b) **Planificación:** Cronograma detallado, asignación de responsabilidades, recursos necesarios y presupuesto estimado.
- c) **Indicadores de éxito:** Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el impacto de las acciones implementadas. Presentación y Socialización de Resultados.
- d) **Informe final:** Documentar los hallazgos, recomendaciones y plan de acción en un informe detallado.
- e) **Presentación a la dirección y otros interesados:** Comunicar los resultados y asegurar el compromiso de la alta dirección y otros stakeholders clave.

5.3.7 Evaluación y seguimiento

- d) **Monitoreo continuo:** Evaluar periódicamente la implementación de las acciones correctivas y ajustar el plan según sea necesario.
- e) **Retorno sobre la inversión (ROI):** Medir el impacto de las mejoras en la comunicación interna en términos de productividad, clima laboral, retención de empleados, entre otros.

Realizar un diagnóstico de comunicación interna en una organización es fundamental para identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora en los procesos de comunicación.





Actividad 3: Mapa de Canales de Comunicación

Objetivo: Identificar y evaluar los canales de comunicación interna en tu organización.

Instrucciones:

- Elabora un mapa que incluya todos los canales de comunicación interna que utiliza tu organización (correo electrónico, reuniones, intranet, mensajería instantánea, etc.).
- Para cada canal, anota su efectividad y cualquier mejora que sugieras.
- Reflexiona sobre cómo estos canales podrían facilitar la comunicación entre equipos.

6. Las tecnologías de la información y la comunicación



Actividad 4: Se pregunta a los participantes ¿Qué han escuchado en relación con las TIC? ¿Las utilizan, cómo lo hacen?

Se comenta que tienen tres minutos para escribir su respuesta y que luego se compartirán algunos de ellos (3 o 4) lo que han escrito.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se refieren al conjunto de herramientas, recursos y sistemas que facilitan la captura, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de la información de manera digital. Este término abarca una amplia gama de tecnologías, desde las computadoras personales y los teléfonos móviles hasta la infraestructura de redes y los sistemas de gestión de bases de datos.

6.1 Características principales de las TIC

- Digitalización:** Las TIC trabajan principalmente con información digital, que se puede manipular y transmitir electrónicamente.
- Convergencia:** Las TIC permiten la integración de distintas tecnologías y medios de comunicación (como voz, datos, video) en una misma plataforma digital.

- c) **Interactividad:** Facilitan la interacción bidireccional entre usuarios y sistemas, así como la colaboración en tiempo real.
- d) **Accesibilidad:** Amplían el acceso a la información y los servicios a través de redes de comunicación global como Internet.
- e) **Automatización:** Permiten la automatización de procesos mediante software y sistemas inteligentes.

6.2 Importancia de las TIC

Las TIC han transformado profundamente la manera en que las personas se comunican, colaboran, trabajan y acceden a la información. Algunos de los beneficios más destacados incluyen:

- a) **Mejora de la comunicación:** Facilitan la comunicación instantánea y global a través de correos electrónicos, redes sociales, videoconferencias, entre otros.
- b) **Eficiencia organizacional:** Optimizan procesos empresariales mediante sistemas de gestión, software de productividad y herramientas de colaboración en línea.
- c) **Educación y aprendizaje:** Amplían el acceso a recursos educativos y fomentan nuevos modelos de aprendizaje digital.
- d) **Desarrollo económico:** Impulsan la innovación y la competitividad económica al permitir la creación de nuevos productos y servicios basados en tecnología.
- e) **Inclusión digital:** Reducen la brecha digital al ofrecer oportunidades de acceso a información y servicios a comunidades desfavorecidas.

En resumen, las TIC son fundamentales en la era digital actual, proporcionando herramientas poderosas para mejorar la comunicación, la eficiencia organizacional y el acceso a la información a nivel global.



7. Tendencias en las TIC para la mejora de la comunicación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación están continuamente evolucionando y generando nuevas tendencias que mejoran significativamente la forma en que las personas y las organizaciones se comunican. Aquí se presentan algunas de las tendencias más destacadas en TIC que están impactando positivamente la comunicación.

- a) **Comunicación en Tiempo Real:** La capacidad de comunicarse de manera instantánea y en tiempo real ha sido transformada por aplicaciones y plataformas como WhatsApp, Telegram, y

otras aplicaciones de mensajería instantánea. Esto facilita la comunicación tanto personal como profesional de manera inmediata y efectiva.

- b) Videoconferencias y Telepresencia:** La tecnología de videoconferencias ha mejorado drásticamente, permitiendo reuniones virtuales con alta calidad de audio y video. Plataformas como Zoom, Microsoft Teams y Google Meet han revolucionado la colaboración a distancia, haciendo posible trabajar y comunicarse sin importar la ubicación física.
- c) Redes Sociales y Colaboración en Línea:** Las redes sociales no solo sirven como plataformas de entretenimiento, sino también como herramientas poderosas para la comunicación y colaboración profesional. Plataformas como LinkedIn, Facebook Workplace y Yammer facilitan la comunicación interna y externa dentro de las organizaciones.
- d) Integración de la Inteligencia Artificial (IA):** La IA está siendo utilizada para mejorar la comunicación a través de chatbots inteligentes que pueden responder preguntas frecuentes, realizar reservas y asistir en el servicio al cliente de manera automatizada y eficiente.
- e) Internet de las Cosas (IoT):** El IoT está permitiendo la comunicación entre dispositivos conectados, lo que optimiza procesos internos y externos en las organizaciones. Por ejemplo, en el sector industrial, los sensores IoT pueden comunicar datos de producción en tiempo real para mejorar la eficiencia.
- f) Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR):** Estas tecnologías están siendo utilizadas para mejorar la comunicación visual y la colaboración a través de experiencias inmersivas. Desde visitas virtuales hasta reuniones interactivas, AR y VR están transformando la forma en que las personas se comunican y colaboran a distancia.
- g) Blockchain para Seguridad y Confianza:** La tecnología blockchain está siendo explorada para mejorar la seguridad y la confianza en las comunicaciones digitales, particularmente en transacciones financieras y contratos inteligentes, garantizando la integridad de los datos transmitidos.

Estas tendencias no solo están mejorando la eficiencia y la efectividad de la comunicación en las organizaciones, sino que también están facilitando la colaboración global y la integración de equipos multidisciplinarios de manera más fluida y segura.





Actividad 5: Análisis de Herramientas TIC

Objetivo: Evaluar las herramientas TIC utilizadas en tu organización.

Instrucciones:

- Haz una lista de al menos cinco herramientas TIC que se utilizan en tu organización para la comunicación interna (correo electrónico, plataformas de mensajería, videoconferencias, intranet, etc.).
- Para cada herramienta, anota sus ventajas y desventajas en el contexto de la comunicación interna.
- Reflexiona sobre cómo podrías mejorar su uso en tu entorno laboral.

8. Comunicación interinstitucional



Actividad 6: Se pregunta a los participantes ¿Es importante que la comunicación interna sea adecuada? ¿Cómo nos podremos dar cuenta que lo es?

Se comenta que tienen tres minutos para escribir su respuesta y que luego se compartirán algunos de ellos (3 o 4) lo que han escrito.

La comunicación interinstitucional se refiere al proceso de interacción y colaboración comunicativa entre diferentes instituciones, ya sean organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, internacionales, educativas, empresariales u otras entidades formales. Este tipo de comunicación tiene como objetivo principal establecer relaciones efectivas, compartir información relevante, coordinar acciones y alcanzar objetivos comunes entre las instituciones involucradas.

8.1 Características de la comunicación interinstitucional:

- Coordinación y Colaboración:** Promueve la coordinación de esfuerzos y recursos entre instituciones para abordar problemas complejos que requieren acciones conjuntas.
- Intercambio de Información:** Facilita el intercambio de datos, conocimientos y recursos para enriquecer el proceso de toma de decisiones y mejorar la eficiencia operativa.

- c) **Consolidación de alianzas:** Ayuda a fortalecer alianzas estratégicas entre instituciones con intereses compartidos, promoviendo la cooperación a largo plazo.
- d) **Transparencia y confianza:** Fomenta la transparencia en las relaciones interinstitucionales al facilitar una comunicación abierta y honesta, construyendo confianza mutua.
- e) **Resolución de problemas:** Permite abordar problemas complejos desde diferentes perspectivas y experiencias, buscando soluciones integradoras y sostenibles.

8.2 Ejemplos de comunicación interinstitucional

- a) **Gobierno y Organizaciones No Gubernamentales (ONG):** Cooperación para implementar políticas públicas, proyectos de desarrollo comunitario o acciones humanitarias.
- b) **Organizaciones internacionales:** Colaboración en temas globales como la salud pública, el cambio climático, la paz y la seguridad internacional.
- c) **Sector Empresarial y académico:** Alianzas para la investigación y el desarrollo de tecnología, la formación de personal especializado o programas de innovación.

8.3 Importancia de la comunicación interinstitucional

- a) **Eficiencia y eficacia:** Permite aprovechar recursos compartidos y evitar duplicidades, maximizando el impacto de las acciones conjuntas.
- b) **Sinergia e innovación:** Facilita la combinación de conocimientos y experiencias diversas para generar soluciones innovadoras a problemas complejos.
- c) **Legitimidad y sostenibilidad:** Fortalece la legitimidad de las acciones institucionales al involucrar a múltiples actores y perspectivas, promoviendo soluciones más sostenibles y aceptadas por la comunidad.

En resumen, la comunicación interinstitucional es fundamental para la construcción de relaciones colaborativas y efectivas entre diferentes entidades, promoviendo el logro de objetivos compartidos y el desarrollo integral en diversos ámbitos de la sociedad.



9. Construir una estrategia de comunicación interinstitucional

Desarrollar una estrategia efectiva de comunicación interinstitucional requiere planificación cuidadosa y consideración de los objetivos, recursos disponibles y las necesidades específicas de las instituciones involucradas. Aquí se propone una estructura básica para diseñar esta estrategia.

9.1 Análisis de contexto

- a) **Identificación de instituciones:** Identificar las instituciones clave involucradas en la colaboración o alianza.
- b) **Contexto y objetivos comunes:** Entender el contexto en el que se desarrollará la colaboración y definir claramente los objetivos compartidos.

9.2 Definición de públicos objetivo

- a) **Internos:** Identificar los grupos o departamentos dentro de cada institución que necesitan estar involucrados en la comunicación interinstitucional.
- b) **Externos:** Determinar otros stakeholders externos que puedan ser relevantes para la colaboración.

9.3 Establecimiento de objetivos de comunicación

- a) **Objetivos generales:** Establecer objetivos claros y alcanzables para la colaboración interinstitucional (ej. mejorar la coordinación, aumentar la visibilidad del proyecto conjunto, etc.).
- b) **Objetivos específicos:** Definir metas específicas de comunicación (ej. aumentar la participación en eventos conjuntos, mejorar la percepción pública, etc.).

9.4 Selección de estrategias y canales de comunicación

- a) **Canales internos:** Determinar los canales más efectivos para la comunicación dentro de cada institución (ej. correos electrónicos, reuniones regulares, intranet, etc.).
- b) **Canales externos:** Identificar los canales adecuados para comunicarse con el público externo (ej. medios de comunicación, redes sociales, eventos comunitarios, etc.).
- c) **Herramientas tecnológicas:** Evaluar y seleccionar herramientas tecnológicas que faciliten la colaboración y el intercambio de información (ej. plataformas colaborativas en la nube,

software de gestión de proyectos, etc.).

9.5 Mensajes clave y contenidos

- a) **Identificación de mensajes Clave:** Definir los mensajes principales que se comunicarán sobre la colaboración interinstitucional (ej. beneficios de la alianza, impacto en la comunidad, etc.).
- b) **Desarrollo de contenidos:** Crear contenido relevante y atractivo para cada canal y audiencia, asegurando consistencia en la comunicación de todos los socios.

9.6 Planificación y Ejecución

- a) **Cronograma:** Establecer un calendario de actividades y comunicaciones, asegurando la coherencia y la continuidad en la ejecución de la estrategia.
- b) **Roles y responsabilidades:** Asignar responsabilidades claras a cada institución y a los miembros del equipo de comunicación interinstitucional.
- c) **Monitoreo y evaluación:** Implementar un sistema para monitorear el progreso hacia los objetivos y evaluar la efectividad de las actividades de comunicación.

9.7 Evaluación y ajustes

- a) **Evaluación Continua:** Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de la estrategia de comunicación interinstitucional.
- b) **Ajustes y Mejoras:** Basado en los resultados obtenidos, realizar ajustes necesarios para optimizar la efectividad de la estrategia.

10. Elaborar un plan de comunicación interinstitucional.

Aquí se presenta un plan básico de comunicación interinstitucional, diseñado para facilitar la colaboración efectiva entre diferentes entidades o instituciones. Este plan se puede adaptar según las necesidades específicas y los contextos particulares de las organizaciones involucradas.

10.1 Introducción y Objetivos

a) **Contexto.** Descripción breve del contexto en el que se desarrolla la colaboración interinstitucional.

b) Objetivos del Plan

- Establecer canales efectivos de comunicación entre las instituciones.
- Mejorar la coordinación y la eficiencia en la ejecución de proyectos conjuntos.
- Fortalecer la relación y la confianza entre las instituciones colaboradoras.
- Incrementar la visibilidad y el impacto de las iniciativas conjuntas en la comunidad.

10.2 Análisis de Públicos

a) Público Interno

- Identificar los grupos y departamentos clave dentro de cada institución.
- Determinar sus necesidades de información y su rol en la colaboración.

b) Público Externo

- Identificar stakeholders externos relevantes (comunidad local, medios de comunicación, otras organizaciones).
- Evaluar sus intereses y percepciones sobre la colaboración interinstitucional.

10.3 Estrategias y Canales de Comunicación

a) Canales Internos

- Correos electrónicos institucionales para comunicaciones formales.
- Intranet o plataformas colaborativas para compartir documentos y recursos.
- Reuniones regulares de coordinación y seguimiento.

b) Canales Externos

- Comunicados de prensa y notas informativas para medios locales y especializados.

- Redes sociales institucionales para difundir logros y actividades conjuntas.
- Eventos comunitarios y jornadas de puertas abiertas para involucrar a la comunidad.

10.4 Mensajes Clave y Contenidos

a) Mensajes Clave

- Beneficios de la colaboración interinstitucional.
- Impacto positivo en la comunidad y en los stakeholders involucrados.
- Compromiso con la transparencia, la responsabilidad y la sostenibilidad.

b) Contenidos

- Desarrollar contenido relevante y atractivo para cada canal y audiencia.
- Informes de progreso, estudios de caso, historias de éxito, testimonios de beneficiarios, etc.

10.5 Planificación y Ejecución

a) Calendario de Actividades

Establecer fechas clave para reuniones, lanzamientos de comunicados, eventos y otras actividades planificadas.

b) Roles y Responsabilidades

Asignar responsabilidades claras a los miembros del equipo de comunicación y a los coordinadores de proyecto.

c) Presupuesto y Recursos

Evaluar los recursos necesarios (humanos, financieros, tecnológicos) para ejecutar la estrategia de comunicación.

10.6 Evaluación y Seguimiento

a) Indicadores de Desempeño

Establecer KPIs para medir el éxito de la estrategia (ej. alcance de las publicaciones, participación en eventos, retroalimentación de los stakeholders).

b) Evaluación Continua

Realizar revisiones periódicas para ajustar la estrategia según los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas.

c) Informe de Evaluación:

Preparar un informe final que documente los logros, desafíos y recomendaciones para futuras colaboraciones interinstitucionales.



Actividad 7: Propuesta de Comunicación

Objetivo: Diseñar una estrategia de comunicación interinstitucional.

Instrucciones:

- Escoge un tema específico relacionado con la vida silvestre o los empleos verdes en Honduras.
- Escribe una breve propuesta que incluya:
 - Objetivo de la comunicación.
 - Mensajes clave.
 - Canales a utilizar
 - Acciones conjuntas que podrían llevarse a cabo.

11. Nota técnica para el participante

I. Importancia de la Comunicación Interna:

La importancia de la comunicación interna radica en varios aspectos fundamentales para el funcionamiento efectivo de una organización:

- a) **Cohesión Organizacional:** Ayuda a crear un sentido de unidad y pertenencia entre los empleados, alineando sus acciones y esfuerzos con los objetivos corporativos.
- b) **Transmisión de Información:** Facilita la difusión de información crucial, como políticas, procedimientos, cambios organizacionales y noticias relevantes que afectan a los empleados.
- c) **Motivación y Compromiso:** Mejora la moral y el compromiso de los empleados al mantenerlos informados, escuchar sus opiniones y proporcionar retroalimentación constructiva.
- d) **Eficiencia Operativa:** Optimiza los procesos internos al reducir malentendidos, errores y duplicación de esfuerzos, lo que conduce a una mayor productividad y eficiencia.
- e) **Cultura Organizacional:** Contribuye a la formación y fortalecimiento de la cultura organizacional al promover valores compartidos y comportamientos deseables.

II. Tipos de comunicación interna

Vertical Descendente

Definición: Es la comunicación que fluye de niveles superiores a inferiores dentro de la estructura organizacional.

Propósito: Transmitir información sobre políticas, objetivos, estrategias y decisiones de la alta dirección hacia los empleados.

Ejemplos: Comunicados del CEO, directivas de los gerentes, reuniones de cascada.

Vertical Ascendente

Definición: Se refiere a la comunicación que fluye de niveles inferiores a superiores en la organización.

Propósito: Recopilar retroalimentación, sugerencias, informes de progreso y preocupaciones de los empleados.

Ejemplos: Encuestas de satisfacción laboral, reuniones de retroalimentación, sistemas de sugerencias.

Horizontal o lateral

Definición: Es la comunicación entre empleados que ocupan el mismo nivel jerárquico o departamental.

Propósito: Coordinar tareas, compartir información relevante y colaborar en proyectos o iniciativas comunes.

Ejemplos: Reuniones de equipo, correos electrónicos de proyecto, comunicación en redes sociales corporativas.

Diagonal

Definición: Comunicación que ocurre entre empleados de diferentes niveles jerárquicos y departamentos.

Propósito: Facilitar la cooperación interdepartamental, resolver problemas complejos y promover la integración organizacional.

Ejemplos: Comités interdepartamentales, grupos de trabajo multifuncionales, proyectos interdisciplinarios.

Formal e Informal

Formal: Comunicación que sigue canales y protocolos establecidos por la organización.

Informal: Comunicación no estructurada que ocurre naturalmente entre los empleados.

Propósito: La comunicación formal asegura consistencia y cumplimiento de normativas, mientras que la comunicación informal promueve relaciones interpersonales y la disuñión rápida de información.

III. Organizar un diagnóstico de comunicación interna

Contexto
Organizacional

- a) **Descripción de la organización:** Tamaño, estructura jerárquica, número de empleados, ubicaciones, etc.
- b) **Cultura organizacional:** Valores, normas, estilo de gestión, nivel de transparencia y apertura.

Objetivos del
Diagnóstico

Establecer los objetivos específicos del diagnóstico de comunicación interna.

Ejemplos: Mejorar la eficiencia de la comunicación, fortalecer la cultura organizacional, aumentar el compromiso de los empleados, etc.

Metodología

- a) **Métodos de recolección de datos:** Encuestas, entrevistas, grupos focales, análisis de documentos, observación directa, entre otros.
- b) **Selección de participantes:** Empleados de diferentes niveles y departamentos, representantes sindicales si los hubiera, directivos clave, etc.
- c) **Plan de recolección de datos:** Cronograma, recursos necesarios, herramientas tecnológicas si es necesario.



Análisis de la
Situación Actual

- a) **Análisis de canales de comunicación:** Identificar los canales utilizados (correos electrónicos, intranet, reuniones, carteleras, etc.) y evaluar su efectividad.
- b) **Flujo de información:** Evaluar la efectividad del flujo de información vertical, ascendente, horizontal y diagonal.
- c) **Clima de comunicación:** Percepciones de los empleados sobre la comunicación en la organización (eficacia, transparencia, frecuencia, relevancia).



Identificación de
Necesidades y
Áreas de Mejora

- a) **Brechas identificadas:** Comparar los resultados con las mejores prácticas y las expectativas organizacionales.
- b) **Priorización de necesidades:** Determinar qué áreas deben mejorarse con mayor urgencia y relevancia.



Recomendaciones
y Plan de Acción

- a) **Propuestas de mejora:** Estrategias específicas para abordar las áreas identificadas (por ejemplo, mejorar la tecnología de comunicación, implementar programas de formación en comunicación, revisar y actualizar políticas de comunicación, etc.).
- b) **Planificación:** Cronograma detallado, asignación de responsabilidades, recursos necesarios y presupuesto estimado.
- c) **Indicadores de éxito:** Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el impacto de las acciones implementadas. Presentación y Socialización de Resultados.
- d) **Informe final:** Documentar los hallazgos, recomendaciones y plan de acción en un informe detallado.
- e) **Presentación a la dirección y otros interesados:** Comunicar los resultados y asegurar el compromiso de la alta dirección y otros stakeholders clave.



Evaluación y
Seguimiento

- a) **Monitoreo continuo:** Evaluar periódicamente la implementación de las acciones correctivas y ajustar el plan según sea necesario.

- b) **Retorno sobre la inversión (ROI):** Medir el impacto de las mejoras en la comunicación interna en términos de productividad, clima laboral, retención de empleados, entre otros.

IV. Las tecnologías de la información y la comunicación

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se refieren al conjunto de herramientas, recursos y sistemas que facilitan la captura, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de la información de manera digital. Este término abarca una amplia gama de tecnologías, desde las computadoras personales y los teléfonos móviles hasta la infraestructura de redes y los sistemas de gestión de bases de datos.

Características principales de las TIC

- a) **Digitalización:** Las TIC trabajan principalmente con información digital, que se puede manipular y transmitir electrónicamente.
- b) **Convergencia:** Las TIC permiten la integración de distintas tecnologías y medios de comunicación (como voz, datos, video) en una misma plataforma digital.
- c) **Interactividad:** Facilitan la interacción bidireccional entre usuarios y sistemas, así como la colaboración en tiempo real.
- d) **Accesibilidad:** Amplían el acceso a la información y los servicios a través de redes de comunicación global como Internet.
- e) **Automatización:** Permiten la automatización de procesos mediante software y sistemas inteligentes.

Importancia de las TIC

- a) **Mejora de la comunicación:** Facilitan la comunicación instantánea y global a través de correos electrónicos, redes sociales, videoconferencias, entre otros.
- b) **Eficiencia organizacional:** Optimizan procesos empresariales mediante sistemas de gestión, software de productividad y herramientas de colaboración en línea.
- c) **Educación y aprendizaje:** Amplían el acceso a recursos educativos y fomentan nuevos modelos de aprendizaje digital.
- d) **Desarrollo económico:** Impulsan la innovación y la competitividad económica al

permitir la creación de nuevos productos y servicios basados en tecnología.

- e) **Inclusión digital:** Reducen la brecha digital al ofrecer oportunidades de acceso a información y servicios a comunidades desfavorecidas.

V. Tendencias en las TIC para la mejora de la comunicación

- a) **Comunicación en Tiempo Real:** La capacidad de comunicarse de manera instantánea y en tiempo real ha sido transformada por aplicaciones y plataformas como WhatsApp, Telegram, y otras aplicaciones de mensajería instantánea. Esto facilita la comunicación tanto personal como profesional de manera inmediata y efectiva.
- b) **Videoconferencias y Telepresencia:** La tecnología de videoconferencias ha mejorado drásticamente, permitiendo reuniones virtuales con alta calidad de audio y video. Plataformas como Zoom, Microsoft Teams y Google Meet han revolucionado la colaboración a distancia, haciendo posible trabajar y comunicarse sin importar la ubicación física.
- c) **Redes Sociales y Colaboración en Línea:** Las redes sociales no solo sirven como plataformas de entretenimiento, sino también como herramientas poderosas para la comunicación y colaboración profesional. Plataformas como LinkedIn, Facebook Workplace y Yammer facilitan la comunicación interna y externa dentro de las organizaciones.
- d) **Integración de la Inteligencia Artificial (IA):** La IA está siendo utilizada para mejorar la comunicación a través de chatbots inteligentes que pueden responder preguntas frecuentes, realizar reservas y asistir en el servicio al cliente de manera automatizada y eficiente.
- e) **Internet de las Cosas (IoT):** El IoT está permitiendo la comunicación entre dispositivos conectados, lo que optimiza procesos internos y externos en las organizaciones. Por ejemplo, en el sector industrial, los sensores IoT pueden comunicar datos de producción en tiempo real para mejorar la eficiencia.
- f) **Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR):** Estas tecnologías están siendo utilizadas para mejorar la comunicación visual y la colaboración a través de experiencias inmersivas. Desde visitas virtuales hasta reuniones interactivas, AR y VR están transformando la forma en que las personas se comunican y colaboran a distancia.

- g) **Blockchain para Seguridad y Confianza:** La tecnología blockchain está siendo explorada para mejorar la seguridad y la confianza en las comunicaciones digitales, particularmente en transacciones financieras y contratos inteligentes, garantizando la integridad de los datos transmitidos.

VI. Comunicación interinstitucional

La comunicación interinstitucional se refiere al proceso de interacción y colaboración comunicativa entre diferentes instituciones, ya sean organizaciones gubernamentales, no gubernamentales, internacionales, educativas, empresariales u otras entidades formales. Este tipo de comunicación tiene como objetivo principal establecer relaciones efectivas, compartir información relevante, coordinar acciones y alcanzar objetivos comunes entre las instituciones involucradas.

Características de la Comunicación Interinstitucional

- a) **Coordinación y Colaboración:** Promueve la coordinación de esfuerzos y recursos entre instituciones para abordar problemas complejos que requieren acciones conjuntas.
- b) **Intercambio de Información:** Facilita el intercambio de datos, conocimientos y recursos para enriquecer el proceso de toma de decisiones y mejorar la eficiencia operativa.
- c) **Consolidación de Alianzas:** Ayuda a fortalecer alianzas estratégicas entre instituciones con intereses compartidos, promoviendo la cooperación a largo plazo.
- d) **Transparencia y Confianza:** Fomenta la transparencia en las relaciones interinstitucionales al facilitar una comunicación abierta y honesta, construyendo confianza mutua.
- e) **Resolución de Problemas:** Permite abordar problemas complejos desde diferentes perspectivas y experiencias, buscando soluciones integradoras y sostenibles.

- a) **Gobierno y Organizaciones No Gubernamentales (ONG):** Cooperación para implementar políticas públicas, proyectos de desarrollo comunitario o acciones humanitarias.
- b) **Organizaciones Internacionales:** Colaboración en temas globales como la salud pública, el cambio climático, la paz y la seguridad internacional.
- c) **Sector Empresarial y Académico:** Alianzas para la investigación y

Ejemplo de Comunicación Interinstitucional

el desarrollo de tecnología, la formación de personal especializado o programas de innovación.

Importancia de la Comunicación Interinstitucional

- a) **Eficiencia y Eficacia:** Permite aprovechar recursos compartidos y evitar duplicidades, maximizando el impacto de las acciones conjuntas.
- b) **Sinergia y Innovación:** Facilita la combinación de conocimientos y experiencias diversas para generar soluciones innovadoras a problemas complejos.
- c) **Legitimidad y Sostenibilidad:** Fortalece la legitimidad de las acciones institucionales al involucrar a múltiples actores y perspectivas, promoviendo soluciones más sostenibles y aceptadas por la comunidad.

VII. Construir una estrategia de comunicación interinstitucional

Desarrollar una estrategia efectiva de comunicación interinstitucional requiere planificación cuidadosa y consideración de los objetivos, recursos disponibles y las necesidades específicas de las instituciones involucradas. Acá se propoe una estructura básica para diseñar esta estrategia.

1	Análisis de Contexto	<ul style="list-style-type: none"> a) Identificación de Instituciones: Identificar las instituciones clave involucradas en la colaboración o alianza. b) Contexto y Objetivos Comunes: Entender el contexto en el que se desarrollará la colaboración y definir claramente los objetivos compartidos. 	
<ul style="list-style-type: none"> a) Internos: Identificar los grupos o departamentos dentro de cada institución que necesitan estar involucrados en la comunicación interinstitucional. b) Externos: Determinar otros stakeholders externos que puedan ser relevantes para la colaboración. 		Definición de Públicos Objetivo	2
3	Establecimiento de Objetivos de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> a) Objetivos Generales: Establecer objetivos claros y alcanzables para la colaboración interinstitucional (ej. mejorar la coordinación, aumentar la visibilidad del proyecto conjunto, etc.). b) Objetivos Específicos: Definir metas específicas de comunicación (ej. aumentar la participación en eventos 	

		conjuntos, mejorar la percepción pública, etc.).		
		<p>a) Canales Internos: Determinar los canales más efectivos para la comunicación dentro de cada institución (ej. correos electrónicos, reuniones regulares, intranet, etc.).</p> <p>b) Canales Externos: Identificar los canales adecuados para comunicarse con el público externo (ej. medios de comunicación, redes sociales, eventos comunitarios, etc.).</p> <p>c) Herramientas Tecnológicas: Evaluar y seleccionar herramientas tecnológicas que faciliten la colaboración y el intercambio de información (ej. plataformas colaborativas en la nube, software de gestión de proyectos, etc.).</p>	Selección de Estrategias y Canales de Comunicación	4

5	Mensajes Clave y Contenidos	<p>a) Identificación de Mensajes Clave: Definir los mensajes principales que se comunicarán sobre la colaboración interinstitucional (ej. beneficios de la alianza, impacto en la comunidad, etc.).</p> <p>b) Desarrollo de Contenidos: Crear contenido relevante y atractivo para cada canal y audiencia, asegurando consistencia en la comunicación de todos los socios.</p>		
---	-----------------------------	--	--	--

		<p>a) Cronograma: Establecer un calendario de actividades y comunicaciones, asegurando la coherencia y la continuidad en la ejecución de la estrategia.</p> <p>b) Roles y Responsabilidades: Asignar responsabilidades claras a cada institución y a los miembros del equipo de comunicación interinstitucional.</p> <p>c) Monitoreo y Evaluación: Implementar un sistema para monitorear el progreso hacia los objetivos y evaluar la efectividad de las actividades de comunicación.</p>	Planificación y Ejecución	6
--	--	---	---------------------------	---

7	Evaluación y Ajustes	<p>a) Evaluación Continua: Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de la estrategia de comunicación interinstitucional.</p> <p>b) Ajustes y Mejoras: Basado en los resultados obtenidos, realizar ajustes necesarios para optimizar la efectividad de la estrategia.</p>		
---	----------------------	---	--	--

VIII. Elaborar un plan de comunicación interinstitucional.

Aquí se presenta un plan básico de comunicación interinstitucional, diseñado para facilitar la colaboración efectiva entre diferentes entidades o instituciones. Este plan se puede adaptar según las necesidades específicas y los contextos particulares de las organizaciones involucradas:

a) **Contexto.** Descripción breve del contexto en el que se desarrolla la colaboración interinstitucional.

b) **Objetivos del Plan**



- Establecer canales efectivos de comunicación entre las instituciones.
- Mejorar la coordinación y la eficiencia en la ejecución de proyectos conjuntos.
- Fortalecer la relación y la confianza entre las instituciones colaboradoras.
- Incrementar la visibilidad y el impacto de las iniciativas conjuntas en la comunidad.

a) **Público Interno**

- Identificar los grupos y departamentos clave dentro de cada institución.
- Determinar sus necesidades de información y su rol en la colaboración.



b) **Público Externo**

- Identificar stakeholders externos relevantes (comunidad local, medios de comunicación, otras organizaciones).

- Evaluar sus intereses y percepciones sobre la colaboración interinstitucional.

a) Canales Internos

- Correos electrónicos institucionales para comunicaciones formales.
- Intranet o plataformas colaborativas para compartir documentos y recursos.
- Reuniones regulares de coordinación y seguimiento.

b) Canales Externos

- Comunicados de prensa y notas informativas para medios locales y especializados.
- Redes sociales institucionales para difundir logros y actividades conjuntas.
- Eventos comunitarios y jornadas de puertas abiertas para involucrar a la comunidad.

a) Mensajes Clave

- Beneficios de la colaboración interinstitucional.
- Impacto positivo en la comunidad y en los stakeholders involucrados.
- Compromiso con la transparencia, la responsabilidad y la sostenibilidad.

b) Contenidos

- Desarrollar contenido relevante y atractivo para cada canal y audiencia.
- Informes de progreso, estudios de caso, historias de éxito, testimonios de beneficiarios, etc.





a) Calendario de Actividades

Establecer fechas clave para reuniones, lanzamientos de comunicados, eventos y otras actividades planificadas.

b) Roles y Responsabilidades

Asignar responsabilidades claras a los miembros del equipo de comunicación y a los coordinadores de proyecto.

c) Presupuesto y Recursos

Evaluar los recursos necesarios (humanos, financieros, tecnológicos) para ejecutar la estrategia de comunicación.



a) Indicadores de Desempeño

Establecer KPIs para medir el éxito de la estrategia (ej. alcance de las publicaciones, participación en eventos, retroalimentación de los stakeholders).

b) Evaluación Continua

Realizar revisiones periódicas para ajustar la estrategia según los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas.

c) Informe de Evaluación:

Preparar un informe final que documente los logros, desafíos y recomendaciones para futuras colaboraciones interinstitucionales.



PROGRAMA DE LA UNIÓN EUROPEA

EuropeAid/140144/DH/SER/HN “Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras” EUROEMPLEO.

ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA “ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO) EuropeAid/140144/DH/SER/HN

Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes.

**NOTA CONCEPTUAL ENCOAVIS-e
GI94**

Entregable 3:

**Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS
Unidad didáctica 5**

25 de octubre de 2024

Tabla de contenido

1. Presentación	4
2. Objetivos y resultados esperados	5
3. Estructura de la unidad didáctica	6
3.1. Diseño curricular	6
3.2. Orientaciones metodológicas	8
4. Reconocer cual es el rol de los medios de comunicación dentro de la estrategia de comunicación institucional	9
4.1. Roles de los medios de comunicación en la estrategia institucional	9
4.1.1. Difusión de mensajes clave	10
4.1.2. Generación de cobertura y visibilidad	10
4.1.3. Establecimiento de relaciones públicas	10
4.1.4. Educación y sensibilización	10
4.1.5. Gestión de crisis	10
4.1.6. Monitoreo de la opinión pública	10
4.2. Estrategias para trabajar con medios de comunicación	10
4.2.1. Desarrollo de Relaciones	11
4.2.2. Elaboración de Mensajes Claros y Consistentes	11
4.2.3. Capacitación en Comunicación de Crisis	11
4.2.4. Uso de Herramientas y Plataformas	11
4.2.5. Evaluación y Medición	11
5. Pasos para establecer cómo comunicar mensajes claves	12
5.1. Identificación de mensajes claves	12
5.2. Conocimiento del medio y audiencia	12
5.3. Desarrollo de relaciones con los medios	13
5.4. Preparación de portavoces	13
5.5. Formatos y estrategias de comunicación	13
5.6. Monitoreo y seguimiento	13
5.7. Ejemplo práctico	13
6. Discriminar cuáles son las ventajas y desventajas de comunicar a través de medios tradicionales y medios digitales	14
6.1. Ventajas de los medios tradicionales	15
6.1.1. Credibilidad y confianza	15
6.1.2. Alcance masivo	15
6.1.3. Tangibilidad	15
6.1.4. Atención sostenida	15
6.2. Desventajas de los Medios Tradicionales	15

6.2.1	Costos elevados	15
6.2.2	Limitaciones de segmentación.....	15
6.2.3	Dificultad en la medición de resultados.....	15
6.3	Ventajas de los Medios Digitales:.....	16
6.3.1	Segmentación precisa	16
6.3.2	Interactividad y engage.....	16
6.3.3	Costo-efectividad.....	16
6.3.4	Medición de resultados	16
6.4	Desventajas de los Medios Digitales:	16
6.4.1	Saturación y competencia.....	16
6.4.2	Confianza y credibilidad.....	16
6.4.3	Brecha digital	16
6.4.4	Rápida obsolescencia.....	17
7	<i>Preparar una estrategia de abordaje con medios de comunicación</i>	17
7.1	Definición de objetivos	17
7.2	Investigación y selección de medios.....	17
7.3	Desarrollo de mensajes claves y contenido	18
7.4	Contacto y relaciones con los medios.....	18
7.5	Implementación y ejecución	18
7.6	Seguimiento y Evaluación	18
7.7	Ejemplo de actividades y cronograma	19
8	<i>Nota técnica para los participantes.....</i>	20

1. Presentación

El Programa de Apoyo Presupuestario EURO EMPLEO, financiado por la Unión Europea, ha venido ejecutando diferentes Intervenciones en el marco de la Política de Empleo de Honduras, una de ellas ha sido el “Diseño y Elaboración de la Estrategia Nacional para la Conservación, y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas para la Generación de Empleo –ENCOAVIS– ejecutada por el Instituto Nacional de Conservación y Desarrollo Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre (ICF), en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Seguridad Social (SETRASS).

La ENCOAVIS, surge en el marco del interés y del compromiso del ICF y de la SETRASS en particular, y en general del Gobierno de Honduras de administrar y manejar los recursos de la vida silvestre en forma eficiente, además de promover alternativas productivas y empleos verdes a nivel nacional. En la misma se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo, orientadas a promover impactos positivos y transformadores, durante el periodo 2023 – 2028, en el desarrollo y accionar de las instituciones vinculadas a la gestión de la conservación de la vida silvestre y a la promoción de alternativas productivas y empleos verdes.

En este contexto se desarrolla una misión de Asistencia Técnica para el desarrollo de la Nota Conceptual “Servicios de capacitación y asesoría para apoyar el proceso de ejecución de la Estrategia de Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre, Promocionando Alternativas productivas y Empleos Verdes”, del cual se derivan acciones de capacitación, asesoría y fortalecimiento de las competencias del personal de las instituciones públicas y privadas para la implementación de la Estrategia ENCOAVIS, con la intención de informar y formarles en torno a esta importante temática, de manera que por su medio, se constituyan en actores estratégicos que contribuyan al proceso de conservación y aprovechamiento de la vida silvestre de Honduras.

El proceso de formación está constituido por cinco módulos, siendo estos los siguientes:

- Módulo 1: Estrategia Nacional para la Conservación y Aprovechamiento de la Vida Silvestre Promocionando Alternativas para la Generación de Empleos “ENCOAVIS”
- Módulo 2: Gestión aplicada para la implementación de la ENCOAVIS.
- Módulo 3: Oportunidades de generación de empleo e ingreso con cadenas de valor basadas en la conservación y aprovechamiento de vida silvestre.
- Módulo 4: Generación de oportunidades de empleo verde y emprendimientos.
- Módulo 5: Estrategia de comunicación ENCOAVIS.

El presente documento constituye la quinta unidad didáctica, correspondiente al módulo 5.

2. Objetivos y resultados esperados

Diseño Curricular Módulo 5	
Estrategia de comunicación ENCOAVIS	
<p>Objetivo (s) del módulo:</p> <p>Capacitar a los actores sobre la visión y desarrollo de la estrategia de comunicación de la ENCOAVIS para apropiarlos de sus contenidos y aplicación de instrumentos en el acceso a conocimientos y valorizaciones de la vida silvestre.</p> <p>Facilitar a los actores lineamientos de la ENCOAVIS para el uso de TICS en la mejora de la comunicación interna e interinstitucional sobre la conservación y aprovechamiento de la vida silvestre.</p>	<p>Resultados esperados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de comunicaciones y actores locales con conocimientos de mecanismos para medir y evaluar el posicionamiento de ICF de la vida silvestre. • Actores locales capacitados en el manejo de temática de vida silvestre, diseño de campañas, materiales educativos y divulgativos sobre conservación, aprovechamiento de vida silvestre y empleo verde a través de la aplicación de la ENCOAVIS. • Actores capacitados en procesos y mecanismos de comunicación interna e interinstitucional con el empleo de TICS • Actores conocen y se integran a los mecanismos de monitoreo, seguimiento y evaluación de la estrategia de comunicación. • Los equipos de comunicación conocen las estrategias para comunicar los mensajes claves a través de los medios de comunicación tradicional.
<p>Duración: 20 horas. Horas formación virtual: 12 Horas formación presencial: 8</p>	
Código:	Unidades didácticas que conforman el módulo:
01	Posicionamiento de la temática de vida silvestre y empleo verde.
02	Comunicación para mejorar el conocimiento y valoración de la vida silvestre.
03	Promoción de comportamiento y prácticas que disminuyan la presión sobre la vida silvestre.
04	Mejora de la comunicación interna e interinstitucional con el uso de TIC.
05	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.

3. Estructura de la unidad didáctica

3.1. Diseño curricular

Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 05:	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.				
Objetivo específico:	Promover la conciencia pública sobre la conservación de la vida silvestre y el empleo verde mediante el uso efectivo de los medios de comunicación tradicionales, destacando la importancia de la sostenibilidad ambiental y fomentando prácticas responsables en la interacción humana con el medio ambiente.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
Reconocer cual es el rol de los medios de comunicación dentro de la estrategia de comunicación institucional. Mostrar cómo comunicar mensajes claves.	Identificar dentro de los medios de comunicación tradicional, los espacios en los cuales se podría abordar la temática de vida silvestre y empleo verde. Reconocer qué tipo de estrategia auditiva o visual se puede implementar para lograr el éxito en la comunicación del mensaje a la población.	Comprobar la entrega de información correcta a los medios de comunicación para asegurar que el mensaje llegue completo, claro y conciso. Diseñar mensajes con información clave, que permita la transmisión de información relevante, optimizando el tiempo concedido en los medios.	Demostrar responsabilidad en el rol que se desempeña que es el de comunicar un mensaje que tiene amplia cobertura a nivel nacional. Desarrollar y concluir el abordaje a los medios, que permita garantizar la inclusión de los puntos torales de la temática de vida silvestre y empleo verde.	La comunicación externa brinda información de calidad al público meta a través de los medios de comunicación oportunos para cada mensaje. Diseños de estrategias de abordaje con los medios de comunicación.	V: 3 P: 1






Módulo 5:		Estrategia de comunicación ENCOAVIS			
Unidad Didáctica 05:	Abordaje de la temática de vida silvestre y empleo verde con medios de comunicación tradicional.				
Objetivo específico:	Promover la conciencia pública sobre la conservación de la vida silvestre y el empleo verde mediante el uso efectivo de los medios de comunicación tradicionales, destacando la importancia de la sostenibilidad ambiental y fomentando prácticas responsables en la interacción humana con el medio ambiente.				
CONTENIDOS					
OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SABER	SABER HACER	SABER SER	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	HORAS
<p>Discriminar cuáles son las ventajas y desventajas de comunicar a través de medios tradicionales y medios digitales.</p> <p>Preparar una estrategia de abordaje con medios de comunicación.</p>	<p>Proponer las posibles estrategias de comunicación que le den valor agregado a las campañas en medios tradicionales.</p>				<p>V: 3</p> <p>P: 1</p>

3.2. Orientaciones metodológicas

Entre las diversas actividades que se realizarán para alcanzar los objetivos, serán desarrolladas presentaciones magistrales, se verán y escucharán videos, se contará con discusiones grupales y también se entregará una nota técnica con información relevante en relación con los diversos temas tratados.

El material está constituido por dos partes: la primera identificada como **desarrollo temático**, contiene las orientaciones para el facilitador y la segunda, identificada como **nota técnica para el participante**, representa el material que justamente debe ser entregado al participante.

Para orientar a quien facilita la sesión podrán apreciarse a lo largo del documento los siguientes iconos y su significado.

	Instrucciones. Por su medio se llamará la atención para leer las recomendaciones para desarrollar la actividad indicada.
	Escriba o solicite que escriban.
	Provocar la reflexión del participante en relación con una situación específica.
	Atención con esta información, es clave.
	Conclusión de un tema. Una idea relevante con la cual cerrar la temática tratada.

4. Reconocer cual es el rol de los medios de comunicación dentro de la estrategia de comunicación institucional



Actividad 1: Indicar a los participantes que deben responder de manera individual las siguientes preguntas. ¿Qué rol juegan los medios de comunicación en la estrategia de comunicación de una institución? Y ¿Cómo se puede trabajar con los medios de comunicación para impulsar una estrategia de comunicación institucional?

Posteriormente, usted como facilitador indicará a 4 participantes seleccionados de manera aleatoria, que compartan sus respuestas.

A continuación, se procede a explicar los conceptos básicos sobre Los medios de comunicación y la estrategia de comunicación institucional.



Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental dentro de la estrategia de comunicación institucional, ya que actúan como canales clave para difundir información, gestionar la reputación y establecer relaciones con diferentes audiencias. Aquí se detallan algunos roles importantes que los medios de comunicación juegan en este contexto.

4.1. Roles de los medios de comunicación en la estrategia institucional

Sin lugar a duda los medios de comunicación juegan un rol determinante en la comunicación de las distintas estrategias que las instituciones generan, con la intención de darse a conocer, ya sea de manera general o bien ciertos productos o servicios en particular; estrategias que de acuerdo con las circunstancias en las que se encuentra la empresa o de acuerdo con cierta temporada en el año puede variar. A continuación, se comparten algunos de los roles que los medios podrían desempeñar para las instituciones.

4.1.1. Difusión de mensajes clave

Los medios de comunicación permiten a las instituciones alcanzar a una audiencia amplia y diversa con sus mensajes estratégicos. Esto incluye anuncios sobre iniciativas, logros, eventos importantes y cambios relevantes dentro de la organización.

4.1.2. Generación de cobertura y visibilidad

Facilitan la cobertura de noticias y eventos relacionados con la institución, lo que aumenta su visibilidad pública y fortalece su presencia en el mercado, la comunidad o el sector específico en el que opera.

4.1.3. Establecimiento de relaciones públicas

Los medios de comunicación actúan como intermediarios para construir y mantener relaciones con los medios y el público en general. A través de entrevistas, comunicados de prensa y colaboraciones, las instituciones pueden gestionar su reputación y transmitir una imagen positiva.

4.1.4. Educación y sensibilización

Los medios de comunicación pueden educar al público sobre temas relevantes relacionados con la misión, visión y valores de la institución. Esto puede incluir campañas de concienciación, divulgación de políticas o informes de impacto social.

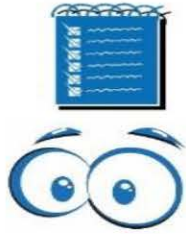
4.1.5. Gestión de crisis

Durante situaciones de crisis, los medios de comunicación son esenciales para comunicar de manera efectiva y transparente. Proporcionan un canal para mitigar daños, aclarar malentendidos y mantener la confianza pública.

4.1.6. Monitoreo de la opinión pública

A través del seguimiento de la cobertura mediática y el análisis de comentarios y reacciones del público, las instituciones pueden entender mejor cómo son percibidas y ajustar sus estrategias de comunicación en consecuencia.

4.2. Estrategias para trabajar con medios de comunicación



Actividad 2: Indicar a los participantes que deben responder individualmente la siguiente pregunta. ¿De qué forma se podría construir y sostener la relación con los medios de comunicación, de manera que se puedan aprovechar sus capacidades a favor de la estrategia comunicacional de una institución?

Posteriormente, usted como facilitador, indicará a 4 participantes seleccionados de manera aleatoria, que compartan su respuesta.

Luego desarrolle el tema con el respaldo de la PPT.

4.2.1. Desarrollo de Relaciones

Establecer y mantener relaciones sólidas con periodistas y editores clave.

4.2.2. Elaboración de Mensajes Claros y Consistentes

Preparar mensajes coherentes y adaptados para diferentes medios y audiencias.

4.2.3. Capacitación en Comunicación de Crisis

Preparar portavoces y equipos de comunicación para manejar situaciones de crisis de manera efectiva.

4.2.4. Uso de Herramientas y Plataformas

Utilizar herramientas de gestión de relaciones con medios (Media Relations Management) para facilitar la comunicación y el seguimiento.

4.2.5. Evaluación y Medición

Monitorear la cobertura mediática y medir el impacto de las actividades de relaciones públicas en la percepción pública y los objetivos organizacionales.

5. Pasos para establecer cómo comunicar mensajes claves



Actividad 3: Indicar a los participantes que observen el siguiente video (1.5 minutos de duración)

<https://www.youtube.com/watch?v=MJ5wyGfMiGA>

Al concluir el video, provoque una discusión en relación con el mensaje que se ha querido transmitir; permita que la discusión se desarrolle a lo largo de un máximo de 5 o 6 minutos; posteriormente cierre la misma con la siguiente aseveración:

“Comunicar mensajes clave en medios de comunicación tradicionales, requiere de una estrategia bien estructurada y adaptada a las características y formatos específicos de estos medios”.

Seguidamente desarrolle el tema con el respaldo de la PPT.

5.1. Identificación de mensajes claves

- a) **Claridad y concisión:** Define los mensajes principales que deseas comunicar de manera clara y concisa. Los mensajes claves deben ser directos y fácilmente comprensibles para el público objetivo y los medios.
- b) **Relevancia y valor:** Asegúrate de que los mensajes claves sean relevantes para la audiencia y resalten el valor o el impacto de la información que estás compartiendo.

5.2. Conocimiento del medio y audiencia

- a) **Investigación de medios:** Familiarízate con el medio de comunicación específico al que te estás dirigiendo (prensa, radio, televisión) y comprende su estilo editorial, público objetivo y preferencias de formato.
- b) **Segmentación de audiencia:** Identifica quién es la audiencia principal del medio y adapta tus mensajes para satisfacer sus intereses y necesidades.

5.3. Desarrollo de relaciones con los medios

- a) **Contacto directo:** Establece relaciones sólidas con periodistas, editores y productores de los medios relevantes. Mantén una comunicación abierta y constructiva.
- b) **Comunicados de prensa:** Prepara comunicados de prensa efectivos que incluyan los mensajes clave de manera destacada. Utiliza un lenguaje claro y evita jerga técnica o complicada.

5.4. Preparación de portavoces

- a) **Entrenamiento en Medios:** Proporciona entrenamiento a los portavoces de tu organización para enfrentar entrevistas y apariciones públicas. Deben estar preparados para comunicar los mensajes clave de manera efectiva y persuasiva.
- b) **Consistencia en Mensajes:** Asegúrate de que todos los portavoces estén alineados y transmitan mensajes coherentes y consistentes, independientemente del medio o la plataforma.

5.5. Formatos y estrategias de comunicación

- a) **Entrevistas:** Prepara material adicional para respaldar tus mensajes clave durante entrevistas en vivo o grabadas. Sé proactivo en la preparación de posibles preguntas y respuestas.
- b) **Artículos y opiniones:** Ofrece a los medios artículos de opinión, estudios de caso u otros contenidos que destaquen tus mensajes clave de manera más detallada y contextualizada.

5.6. Monitoreo y seguimiento

- a) **Seguimiento de cobertura:** Monitorea la cobertura mediática para evaluar cómo se están comunicando tus mensajes clave y qué tipo de impacto están teniendo en la audiencia.
- b) **Feedback y ajustes:** Utiliza la retroalimentación de los medios y los análisis de cobertura para ajustar y mejorar continuamente tus estrategias de comunicación.

5.7. Ejemplo práctico

Supongamos que una organización ambiental quiere comunicar su compromiso con la sostenibilidad a través de los medios tradicionales:

- a) **Mensaje clave:** "Nuestra organización se compromete a reducir su huella de carbono en un 50% para 2030, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente."

- b) **Medio de comunicación:** Una revista de negocios local.
- c) **Estrategia:** Preparar un comunicado de prensa que destaque los objetivos específicos de reducción de carbono, incluyendo datos cuantitativos y ejemplos concretos de iniciativas en curso. Ofrecer a un portavoz entrenado para entrevistas que pueda explicar cómo estos esfuerzos beneficiarán tanto a la organización como a la comunidad.
- d) **Formato:** Aprovechar la oportunidad para escribir un artículo de opinión detallando el compromiso de la organización con la sostenibilidad, con ejemplos adicionales y llamadas a la acción para otros negocios locales.

Al seguir estos pasos y adaptar su estrategia a las características específicas de los medios tradicionales y sus audiencias, puedes maximizar el impacto de sus mensajes clave y fortalecer la reputación y visibilidad de su organización.



6. Discriminar cuáles son las ventajas y desventajas de comunicar a través de medios tradicionales y medios digitales

Comunicar a través de medios tradicionales y digitales presenta ventajas y desventajas distintas, dependiendo de los objetivos de comunicación, la audiencia objetivo y el contexto específico. A continuación se detalla algunas de las principales ventajas y desventajas de cada uno.



Actividad 4: Indicar a los participantes que deben responder individualmente las siguientes preguntas. ¿De acuerdo con su experiencia o su percepción: qué ventajas y desventajas tiene el manejo de mensajes por medios de comunicación tradicionales y medios de comunicación digitales? ¿Qué medios preferiría para impulsar una estrategia de comunicación institucional y por qué los prefiere?

Posteriormente, usted como facilitador, indicará a 4 participantes seleccionados de manera aleatoria, que compartan su respuesta.

Luego desarrolle el tema con el respaldo de la PPT.

6.1 Ventajas de los medios tradicionales

6.1.1 Credibilidad y confianza:

Los medios tradicionales, como periódicos, revistas y televisión, suelen ser percibidos como más confiables por parte de la audiencia, especialmente entre generaciones mayores que están acostumbradas a estos formatos.

6.1.2 Alcance masivo

Alcanzan a audiencias amplias y diversas, incluyendo a personas que pueden no estar activamente conectadas a plataformas digitales.

6.1.3 Tangibilidad

Los medios impresos y algunos formatos de broadcast (televisión y radio) ofrecen un sentido de tangibilidad que puede aumentar la percepción de valor y la retención del mensaje.

6.1.4 Atención sostenida

Los consumidores de medios tradicionales a menudo dedican tiempo exclusivo a la lectura de periódicos o a ver programas de televisión, lo que puede resultar en una atención más sostenida a los mensajes publicitarios.

6.2 Desventajas de los Medios Tradicionales

6.2.1 Costos elevados

La publicidad en medios tradicionales puede ser costosa, especialmente en canales de televisión o en anuncios impresos en periódicos de gran circulación.

6.2.2 Limitaciones de segmentación

Es más difícil segmentar el público objetivo de manera precisa, ya que los medios tradicionales tienden a alcanzar a audiencias más generalizadas en comparación con los medios digitales.

6.2.3 Dificultad en la medición de resultados

Es más complicado medir con precisión el impacto de una campaña en medios tradicionales en términos de retorno de la inversión (ROI) o engagement del público.

6.3 Ventajas de los Medios Digitales:

6.3.1 Segmentación precisa

Permite segmentar el público objetivo de manera muy específica según datos demográficos, geográficos, intereses y comportamientos en línea.

6.3.2 Interactividad y engage

Facilita la interacción directa con la audiencia a través de comentarios, comparticiones, likes y otros tipos de engagement, lo que permite una retroalimentación inmediata y la construcción de relaciones.

6.3.3 Costo-efectividad

Suelen ser más accesibles en términos de costos en comparación con los medios tradicionales, especialmente para pequeñas y medianas empresas.

6.3.4 Medición de resultados

Proporciona herramientas avanzadas de análisis y métricas que permiten medir con precisión el rendimiento de una campaña, como conversiones, clics, impresiones, entre otros.

6.4 Desventajas de los Medios Digitales:

6.4.1 Saturación y competencia

La gran cantidad de contenido en línea puede dificultar destacarse entre la competencia y captar la atención del público objetivo.

6.4.2 Confianza y credibilidad

Algunos usuarios pueden ser escépticos respecto a la veracidad de la información en línea y la procedencia de los anuncios, especialmente en un contexto de noticias falsas y desinformación.

6.4.3 Brecha digital

A pesar de la creciente penetración de internet, aún existen grupos demográficos que tienen acceso limitado o nulo a medios digitales, lo que puede excluirlos de ciertas campañas.

6.4.4 Rápida obsolescencia

Las plataformas y algoritmos digitales cambian rápidamente, lo que requiere una adaptación constante y una actualización de las estrategias de comunicación.

En resumen, la elección entre medios tradicionales y digitales dependerá de los objetivos específicos de comunicación, el presupuesto disponible, el público objetivo y la capacidad de medición y adaptación requerida por la estrategia. Integrar ambos tipos de medios en una estrategia omnicanal puede ser beneficioso para aprovechar las fortalezas de cada uno y maximizar el alcance y efectividad de la comunicación institucional.



7 Preparar una estrategia de abordaje con medios de comunicación

Desarrollar una estrategia efectiva de abordaje con medios de comunicación requiere planificación cuidadosa y una comprensión profunda de tus objetivos de comunicación, el público objetivo y los medios con los que deseas interactuar. Aquí se presenta una estructura básica para diseñar esta estrategia:

7.1 Definición de objetivos

- a) **Clarificación de Objetivos:** Establecer claramente qué deseas lograr con la estrategia de abordaje con medios (ej. aumentar la visibilidad de la organización, promover un nuevo producto o servicio, gestionar una crisis, etc.).
- b) **Identificación del Público Objetivo:** Determinar quién es la audiencia clave que deseas alcanzar a través de los medios de comunicación (ej. clientes actuales, potenciales, stakeholders, comunidad local, etc.).

7.2 Investigación y selección de medios

- a) **Investigación de medios:** Identificar los medios de comunicación más relevantes para tu audiencia objetivo (ej. periódicos locales, revistas especializadas, programas de radio, canales de televisión, blogs influyentes, etc.).
- b) **Análisis de audiencia:** Entender las características demográficas, intereses y comportamientos de la audiencia de cada medio seleccionado para adaptar tu mensaje de manera efectiva.

7.3 Desarrollo de mensajes claves y contenido

- a) **Definición de mensajes claves:** Identificar los mensajes principales que deseas comunicar a través de los medios, asegurando que sean claros, concisos y relevantes para tu audiencia.
- b) **Adaptación del Contenido:** Preparar material de calidad, como comunicados de prensa, artículos de opinión, estudios de caso, infografías, entre otros, que respalden y amplifiquen tus mensajes clave.

7.4 Contacto y relaciones con los medios

- a) **Elaboración de una lista de contactos:** Crear una lista detallada de periodistas, editores y productores relevantes en los medios seleccionados, asegurando incluir sus preferencias y áreas de interés.
- b) **Establecimiento de relaciones:** Construir relaciones sólidas y de confianza a través de comunicaciones regulares y personalizadas. Personalizar tus enfoques y mantener una comunicación abierta y transparente.

7.5 Implementación y ejecución

- a) **Planificación de actividades:** Elaborar un calendario detallado de actividades de comunicación, incluyendo fechas de lanzamiento de comunicados, entrevistas programadas, participación en eventos, etc.
- b) **Distribución de contenido:** Distribuir estratégicamente tu contenido a través de los medios seleccionados, utilizando canales adecuados para maximizar el alcance y la efectividad.

7.6 Seguimiento y Evaluación

- a) **Monitoreo de cobertura mediática:** Seguir de cerca la cobertura obtenida en los medios, utilizando herramientas de monitoreo y análisis para evaluar el impacto y la efectividad de tus mensajes.
- b) **Feedback y ajustes:** Recoger feedback de los medios y de la audiencia para ajustar y mejorar continuamente tu estrategia de abordaje con medios, identificando áreas de mejora y oportunidades adicionales.

7.7 Ejemplo de actividades y cronograma

- a) **Semana 1-2:** Investigación y selección de medios.
- b) **Semana 3-4:** Desarrollo de mensajes clave y creación de material de comunicación.
- c) **Mes 1:** Lanzamiento de comunicados de prensa y participación en entrevistas programadas.
- d) **Mes 2-3:** Seguimiento y monitoreo de la cobertura mediática.
- e) **Mes 4:** Evaluación y ajustes finales basados en los resultados obtenidos.

En conclusión, los medios de comunicación son aliados estratégicos poderosos en la estrategia de comunicación institucional, ya que ayudan a amplificar los mensajes, construir relaciones positivas y gestionar la reputación pública de una organización de manera efectiva.



Actividad 5: Plan de Colaboración con Medios

Objetivo: Diseñar un enfoque colaborativo.

Instrucciones:

Escribe un plan para colaborar con un medio de comunicación local en la promoción de la vida silvestre y los empleos verdes.

Identifica el medio con el que te gustaría colaborar.

Propón temas y formatos para la colaboración (artículos, entrevistas, reportajes).

8 Nota técnica para los participantes

I. Roles de los medios de comunicación en la estrategia institucional

Sin lugar a duda los medios de comunicación juegan un rol determinante en la comunicación de las distintas estrategias que las instituciones generan, con la intención de darse a conocer, ya sea de manera general o bien ciertos productos o servicios en particular; estrategias que de acuerdo con las circunstancias en las que se encuentra la empresa o de acuerdo con cierta temporada en el año puede variar. A continuación, se comparten algunos de los roles que los medios podrían desempeñar para las instituciones.

- a) **Difusión de mensajes clave.** Los medios de comunicación permiten a las instituciones alcanzar a una audiencia amplia y diversa con sus mensajes estratégicos. Esto incluye anuncios sobre iniciativas, logros, eventos importantes y cambios relevantes dentro de la organización.
- b) **Generación de cobertura y visibilidad.** Facilitan la cobertura de noticias y eventos relacionados con la institución, lo que aumenta su visibilidad pública y fortalece su presencia en el mercado, la comunidad o el sector específico en el que opera.
- c) **Establecimiento de relaciones públicas.** Los medios de comunicación actúan como intermediarios para construir y mantener relaciones con los medios y el público en general. A través de entrevistas, comunicados de prensa y colaboraciones, las instituciones pueden gestionar su reputación y transmitir una imagen positiva.
- d) **Educación y sensibilización.** Los medios de comunicación pueden educar al público sobre temas relevantes relacionados con la misión, visión y valores de la institución. Esto puede incluir campañas de concienciación, divulgación de políticas o informes de impacto social.
- e) **Gestión de crisis.** Durante situaciones de crisis, los medios de comunicación son esenciales para comunicar de manera efectiva y transparente. Proporcionan un canal para mitigar daños, aclarar malentendidos y mantener la confianza pública.
- f) **Monitoreo de la opinión pública.** A través del seguimiento de la cobertura mediática y el análisis de comentarios y reacciones del público, las instituciones pueden entender mejor cómo son percibidas y ajustar sus estrategias de comunicación en consecuencia.

II. Estrategias para trabajar con medios de comunicación

- a) **Desarrollo de Relaciones:** Establecer y mantener relaciones sólidas con periodistas y editores clave.
- b) **Elaboración de Mensajes Claros y Consistentes:** Preparar mensajes coherentes y adaptados para diferentes medios y audiencias.
- c) **Capacitación en Comunicación de Crisis:** Preparar portavoces y equipos de comunicación para manejar situaciones de crisis de manera efectiva.
- d) **Uso de Herramientas y Plataformas:** Utilizar herramientas de gestión de relaciones con medios (Media Relations Management) para facilitar la comunicación y el seguimiento.
- e) **Evaluación y Medición:** Monitorear la cobertura mediática y medir el impacto de las actividades de relaciones públicas en la percepción pública y los objetivos organizacionales.

II. Pasos para establecer cómo comunicar mensajes claves

Al seguir estos pasos y adaptar su estrategia a las características específicas de los medios tradicionales y sus audiencias, puedes maximizar el impacto de sus mensajes clave y fortalecer la reputación y visibilidad de su organización.

Identificación de mensajes clave

- a) **Claridad y concisión:** Define los mensajes principales que deseas comunicar de manera clara y concisa. Los mensajes claves deben ser directos y fácilmente comprensibles para el público objetivo y los medios.
- b) **Relevancia y valor:** Asegúrate de que los mensajes claves sean relevantes para la audiencia y resalten el valor o el impacto de la información que estás compartiendo.

Conocimiento del medio y audiencia

- a) **Investigación de medios:** Familiarízate con el medio de comunicación específico al que te estás dirigiendo (prensa, radio, televisión) y comprende su estilo editorial, público objetivo y preferencias de formato.
- b) **Segmentación de audiencia:** Identifica quién es la audiencia principal del medio y adapta tus mensajes para satisfacer sus intereses y necesidades.

Desarrollo de relaciones con los medios

- a) **Contacto directo:** Establece relaciones sólidas con periodistas, editores y productores de los medios relevantes. Mantén una comunicación abierta y constructiva.
- b) **Comunicados de prensa:** Prepara comunicados de prensa efectivos que incluyan los mensajes clave de manera destacada. Utiliza un lenguaje claro y evita jerga técnica o complicada.

Preparación de portavoces

- a) **Entrenamiento en Medios:** Proporciona entrenamiento a los portavoces de tu organización para enfrentar entrevistas y apariciones públicas. Deben estar preparados para comunicar los mensajes clave de manera efectiva y persuasiva.
- b) **Consistencia en Mensajes:** Asegúrate de que todos los portavoces estén alineados y transmitan mensajes coherentes y consistentes, independientemente del medio o la plataforma.

Formatos y estrategias de comunicación

- a) **Entrevistas:** Prepara material adicional para respaldar tus mensajes clave durante entrevistas en vivo o grabadas. Sé proactivo en la preparación de posibles preguntas y respuestas.
- b) **Artículos y opiniones:** Ofrece a los medios artículos de opinión, estudios de caso u otros contenidos que destaquen tus mensajes clave de manera más detallada y contextualizada.

Monitoreo y seguimiento

- a) **Seguimiento de cobertura:** Monitorea la cobertura mediática para evaluar cómo se están comunicando tus mensajes clave y qué tipo de impacto están teniendo en la audiencia.
- b) **Feedback y ajustes:** Utiliza la retroalimentación de los medios y los análisis de cobertura para ajustar y mejorar continuamente tus estrategias de comunicación.

Ejemplo práctico

Supongamos que una organización ambiental quiere comunicar su compromiso con la sostenibilidad a través de los medios tradicionales:

- a) **Mensaje clave:** "Nuestra organización se compromete a reducir su huella de carbono en un 50% para 2030, contribuyendo así a la conservación del medio ambiente."
- b) **Medio de comunicación:** Una revista de negocios local.
- c) **Estrategia:** Preparar un comunicado de prensa que destaque los objetivos específicos de reducción de carbono, incluyendo datos cuantitativos y ejemplos concretos de iniciativas en curso. Ofrecer a un portavoz entrenado para entrevistas que pueda explicar cómo estos esfuerzos beneficiarán tanto a la organización como a la comunidad.
- d) **Formato:** Aprovechar la oportunidad para escribir un artículo de opinión detallando el compromiso de la organización con la sostenibilidad, con ejemplos adicionales y llamadas a la acción para otros negocios locales.

III. Discriminar cuáles son las ventajas y desventajas de comunicar a través de medios tradicionales y medios digitales

Comunicar a través de medios tradicionales y digitales presenta ventajas y desventajas distintas, dependiendo de los objetivos de comunicación, la audiencia objetivo y el contexto específico. A continuación se detala algunas de las principales ventajas y desventajas de cada uno.

Ventajas de los medios tradicionales

a) Credibilidad y confianza:

Los medios tradicionales, como periódicos, revistas y televisión, suelen ser percibidos como más confiables por parte de la audiencia, especialmente entre generaciones mayores que están acostumbradas a estos formatos.

b) Alcance masivo:

Alcanzan a audiencias amplias y diversas, incluyendo a personas que pueden no estar activamente conectadas a plataformas digitales.

c) Tangibilidad:

Los medios impresos y algunos formatos de broadcast (televisión y radio) ofrecen un sentido de tangibilidad que puede aumentar la percepción de valor y la retención del mensaje.

d) Atención sostenida:

Los consumidores de medios tradicionales a menudo dedican tiempo exclusivo a la lectura de periódicos o a ver programas de televisión, lo que puede resultar en una atención más sostenida a los mensajes publicitarios.

Desventajas de los medios tradicionales

a) Costos elevados: La publicidad en medios tradicionales puede ser costosa, especialmente en canales de televisión o en anuncios impresos en periódicos de gran circulación.

b) Limitaciones de segmentación: Es más difícil segmentar el público objetivo de manera precisa, ya que los medios tradicionales tienden a alcanzar a audiencias más generalizadas en comparación con los medios digitales.

c) Dificultad en la medición de resultados: Es más complicado medir con precisión el impacto de una campaña en medios tradicionales en términos de retorno de la inversión (ROI) o engagement del público.

Ventajas de los medios tradicionales

- a) **Segmentación precisa:** Permite segmentar el público objetivo de manera muy específica según datos demográficos, geográficos, intereses y comportamientos en línea.
- b) **Interactividad y engage:** Facilita la interacción directa con la audiencia a través de comentarios, comparticiones, likes y otros tipos de engagement, lo que permite una retroalimentación inmediata y la construcción de relaciones.
- c) **Costo-efectividad:** Suelen ser más accesibles en términos de costos en comparación con los medios tradicionales, especialmente para pequeñas y medianas empresas.
- d) **Medición de resultados:** Proporciona herramientas avanzadas de análisis y métricas que permiten medir con precisión el rendimiento de una campaña, como conversiones, clics, impresiones, entre otros.

Desventajas de los medios digitales

- a) **Saturación y competencia:** La gran cantidad de contenido en línea puede dificultar destacarse entre la competencia y captar la atención del público objetivo.
- b) **Confianza y credibilidad:** Algunos usuarios pueden ser escépticos respecto a la veracidad de la información en línea y la procedencia de los anuncios, especialmente en un contexto de noticias falsas y desinformación.
- c) **Brecha digital:** A pesar de la creciente penetración de internet, aún existen grupos demográficos que tienen acceso limitado o nulo a medios digitales, lo que puede excluirlos de ciertas campañas.
- d) **Rápida obsolescencia:** Las plataformas y algoritmos digitales cambian rápidamente, lo que requiere una adaptación constante y una actualización de las estrategias de comunicación.

IV. Preparar una estrategia de abordaje con medios de comunicación

Desarrollar una estrategia efectiva de abordaje con medios de comunicación requiere planificación cuidadosa y una comprensión profunda de tus objetivos de comunicación, el público objetivo y los medios con los que deseas interactuar. Aquí se presenta una estructura básica para diseñar esta estrategia:



- a) **Clarificación de Objetivos:** Establecer claramente qué deseas lograr con la estrategia de abordaje con medios (ej. aumentar la visibilidad de la organización, promover un nuevo producto o servicio, gestionar una crisis, etc.).
- b) **Identificación del Público Objetivo:** Determinar quién es la audiencia clave que deseas alcanzar a través de los medios de comunicación (ej. clientes actuales, potenciales, stakeholders, comunidad local, etc.).



- a) **Investigación de medios:** Identificar los medios de comunicación más relevantes para tu audiencia objetivo (ej. periódicos locales, revistas especializadas, programas de radio, canales de televisión, blogs influyentes, etc.).
- b) **Análisis de audiencia:** Entender las características demográficas, intereses y comportamientos de la audiencia de cada medio seleccionado para adaptar tu mensaje de manera efectiva.



- a) **Definición de mensajes claves:** Identificar los mensajes principales que deseas comunicar a través de los medios, asegurando que sean claros, concisos y relevantes para tu audiencia.
- b) **Adaptación del Contenido:** Preparar material de calidad, como comunicados de prensa, artículos de opinión, estudios de caso, infografías, entre otros, que respalden y amplifiquen tus mensajes clave.



- a) **Elaboración de una lista de contactos:** Crear una lista detallada de periodistas, editores y productores relevantes en los medios seleccionados, asegurando incluir sus preferencias y áreas de interés.
- b) **Establecimiento de relaciones:** Construir relaciones sólidas y de confianza a través de comunicaciones regulares y personalizadas. Personalizar tus enfoques y mantener una comunicación abierta y transparente.



- a) **Planificación de actividades:** Elaborar un calendario detallado de actividades de comunicación, incluyendo fechas de lanzamiento de comunicados, entrevistas programadas, participación en eventos, etc.
- b) **Distribución de contenido:** Distribuir estratégicamente tu contenido a través de los medios seleccionados, utilizando canales adecuados para maximizar el alcance y la efectividad.



- a) **Monitoreo de cobertura mediática:** Seguir de cerca la cobertura obtenida en los medios, utilizando herramientas de monitoreo y análisis para evaluar el impacto y la efectividad de tus mensajes.
- b) **Feedback y ajustes:** Recoger feedback de los medios y de la audiencia para ajustar y mejorar continuamente tu estrategia de abordaje con medios, identificando áreas de mejora y oportunidades adicionales.



- a) **Semana 1-2:** Investigación y selección de medios.
- b) **Semana 3-4:** Desarrollo de mensajes clave y creación de material de comunicación.
- c) **Mes 1:** Lanzamiento de comunicados de prensa y participación en entrevistas programadas.
- d) **Mes 2-3:** Seguimiento y monitoreo de la cobertura mediática.
- e) **Mes 4:** Evaluación y ajustes finales basados en los resultados obtenidos.