



PLAN DE COMUNICACIONES Y VISIBILIDAD

PROYECTO HUMANICEMOS

JULIO 2020



UNMAS

Plan de comunicaciones y visibilidad Proyecto Humanicemos

ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo.	3
2. Briefing	5
2.1. Sobre la organización (UNMAS Colombia).	5
2.2. Factores relevantes del entorno.	6
2.3. Fortalezas y debilidades de la comunicación actual.	7
3. Objetivos del plan de comunicaciones.	8
3.1. Objetivos generales.	8
3.2. Objetivos específicos.	8
4. Públicos objetivo.	9
4.1 Públicos internos.	9
4.2 Públicos externos.	9
5. Canales de comunicación.	10
6. La estrategia, el estilo y el mensaje.	12
6.1. La estrategia.	12
6.2. El estilo.	13
6.3. El mensaje.	14
6.3.1. Eslogan	15
6.3.2. Etiquetas o hashtags.	15
7. Tácticas de comunicación.	16
7.1.1. Medios convencionales (ATL)	16
7.1.2. Medios no convencionales (TTL)	17
7.1.3. Acciones BTL.	18
8. Cronograma de actividades.	20
9. Entregables.	22
10. Indicadores Claves de Rendimiento (KPI).	24
10.1. Cálculo del Retorno de la Inversión (ROI)	25
11. Presupuesto.	26

1. Resumen Ejecutivo

Una vez firmado el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la construcción de una paz estable y duradera, “Acuerdo de paz”, uno de los grandes retos en Colombia es apoyar la reincorporación de los excombatientes de las FARC-EP. Con el objetivo de configurar escenarios y ofrecer iniciativas para promover la reincorporación de excombatientes, el Servicio de Acción Contra Minas de las Naciones Unidas en Colombia (UNMAS Colombia) lidera la implementación de un proyecto cuyo objetivo es “contribuir a la reincorporación social y económica de excombatientes de las FARC-EP a través de actividades de Acción Integral Contra Minas en apoyo al Acuerdo de Paz de 2016”.

La estrategia general es apoyar la reincorporación social y económica, de mujeres y hombres excombatientes, a través de la consolidación de la organización no gubernamental ‘Corporación Brigadas de Excombatientes para la Paz y el Desminado Humanitario’ (Humanicemos DH), que desarrollará operaciones de desminado humanitario, contribuyendo a la liberación de tierras y la construcción y sostenimiento de paz en el territorio colombiano.

Específicamente, el Proyecto funciona en las siguientes tres dimensiones de resultados:

- Reintegración de ex combatientes de las FARC-EP
- Fortalecimiento de la capacidad del sector nacional de Acción Integral Contra Minas con la consolidación de una Organización Civil de Desminado Humanitario.
- Apoyo a la reparación y la reconciliación con las comunidades afectadas por el conflicto.

Desde 2019, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz (OACP) - Descontamina Colombia asume las funciones propias de Autoridad Nacional Técnica en materia de Acción Integral Contra Minas Antipersonal (AICMA), articulando sus labores en tres pilares: Desminado humanitario, Asistencia Integral a Víctimas (AIV) y Educación en el Riesgo de Minas (ERM). La OACP es responsable de la acreditación de las organizaciones humanitarias de acción contra las minas que ejecutan labores de desminado humanitario, como es el caso de Humanicemos DH. También es la entidad que organiza la asignación de zonas del territorio nacional para desminado humanitario y ERM. En el caso de Humanicemos DH, la zona de operaciones actualmente asignada está en el municipio La Montañita, Caquetá.

En el contexto actual, la comunicación apropiada a todas las partes interesadas de los aspectos relevantes del proyecto, será clave para el éxito en la implementación de las actividades, visibilizar la contribución del Fondo Europeo para la Paz y Naciones Unidas como ente implementador del Acuerdo de Paz, y facilitar la visibilización de Humanicemos DH como un proyecto exitoso de cara a la futura movilización de recursos para el sostenimiento de la iniciativa.



El presente Plan de Comunicaciones y Visibilidad recoge los lineamientos de comunicación de UNMAS Colombia, los manuales de visibilidad del Fondo Europeo para la Paz, y las actividades de comunicaciones previstas por Humanicemos DH, para un periodo de seis meses comprendidos entre agosto de 2020 y enero de 2021.

El plan está centrado en visibilizar el propósito del proyecto y la contribución de UNMAS Colombia y los donantes (Fondo Europeo para la Paz para esta segunda fase del proyecto, con mención de los donantes de la primera fase del proyecto, el MPTF de la ONU, considerando que las dos fases fueron concebidas de manera conjunta para la continuidad de la financiación) para su correcta ejecución, a través de la difusión de los alcances del proyecto entre los públicos claves. Se presentan las principales características, la filosofía y las actividades realizadas relacionados con el proyecto de reincorporación de excombatientes a través de AICMA.

Se propone un plan de acción para la comunicación y visibilidad que cubra los objetivos planteados por el proyecto y los requerimientos del donante principal: el Fondo Europeo para la Paz. El plan incluye una identificación precisa de los públicos objetivo, los canales de comunicación disponibles, tanto propios como de los aliados claves, y los mensajes a posicionar, componentes que dan forma al plan de comunicaciones y visibilidad.

También se desarrolla el plan de medios, los formatos sugeridos y el presupuesto estimado para cada una de las actividades planificadas. Para asegurar el seguimiento en la implementación del plan de comunicaciones y visibilidad, se establecen Indicadores Claves de Rendimiento (KPI) para medir el impacto de las acciones de comunicación implementadas.

UNMAS Colombia, siguiendo los estándares nacionales de la AICMA, tiene como política que todos sus materiales de comunicación y visibilidad tengan un:

- **Enfoque basado en derechos:** buscan generar y consolidar cambios reales en la situación de personas, familias, comunidades y sectores afectados por situaciones de conflictividad, violencia, pobreza, desigualdad, exclusión y debilidad institucional.
- **Enfoque diferencial, étnico y de género:** ofrecer especiales garantías que adopten criterios diferenciales acordes a la situación de vulnerabilidad de cada grupo poblacional.
- **Enfoque de acción sin daño:** que se tomen decisiones adecuadas para que en cada relación con las víctimas de Minas Antipersonal (MAP) y Municiones Sin Explosionar (MUSE), así como las comunidades en riesgo, siempre se evite propiciar nuevas situaciones donde se sientan agredidas, estigmatizadas, señaladas o ignoradas.

Además se fomenta la creación de conocimientos que les permita a las organizaciones beneficiarias ser auto sostenibles en materia de comunicaciones.

2. Briefing.

2.1. Sobre la organización (UNMAS Colombia).

El Servicio de Acción contra las Minas de las Naciones Unidas (UNMAS por sus siglas en inglés) en Colombia es un programa establecido en 2010 a solicitud del Gobierno de Colombia para apoyar sus objetivos de acción contra las minas, principalmente para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones en virtud de la Convención sobre la Prohibición de Minas Antipersonal de Ottawa (APMBC, siglas en Inglés).

UNMAS Colombia desde 2010 ha ayudado al sector de Acción Contra las Minas del país, ahora bajo la dirección de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz (OACP), y a organizaciones de desminado humanitario para aumentar la capacidad del sector de acción contra las minas y desarrollar sus marcos de coordinación y regulación. Después de la ratificación del Acuerdo de Paz de 2016 entre el Gobierno de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP), la Acción Integral Contra Minas Antipersonal ha logrado un mejor acceso a áreas contaminadas previamente inaccesibles por razones de seguridad, y ha logrado movilizar un mayor financiamiento.

Desde 2017, el sector colombiano de AICMA ha expandido sus operaciones de manera exponencial. A través de la asistencia técnica que UNMAS brinda a la Oficina del Alto Comisionado para la Paz - Descontamina Colombia desde 2010, se ha contribuido a los siguientes resultados en apoyo de la construcción y el mantenimiento de la paz en Colombia:

- Lanzamiento del Plan Estratégico Nacional de Acción contra las Minas 2016-21 y el plan operativo de desminado.
- Tareas actualmente asignadas a organizaciones de desminado en 187 municipios con sospecha de contaminación.
- Ampliación de la capacidad de desminado mediante la acreditación de 10 organizaciones, con 4.758 hombres y mujeres acreditados para realizar operaciones de desminado humanitario.
- Inicio de la reincorporación socioeconómica de los excombatientes a través de la acción humanitaria contra las minas.
- Las operaciones de desminado han comenzado en el 75% de los municipios con el mayor grado de contaminación. Destrucción de 7,295 dispositivos explosivos y 177 municipios declarados libres de sospecha de contaminación a través de un despacho y / o una encuesta no técnica.

Cabe destacar que la reincorporación de los excombatientes a través del empleo en el sector AICMA es una contribución importante para construir y mantener la paz en Colombia.



2.2. Factores relevantes del entorno.

Como resultado de más de cincuenta años de conflicto, Colombia sufre una contaminación generalizada por minas terrestres y restos explosivos de guerra (ERW). A pesar de que el número de nuevas víctimas de minas y ERW había disminuido de manera constante entre 2006 y 2016, en una reversión preocupante de la tendencia a la baja, Colombia registró 178 víctimas en 2018, 111 en 2019 y 68 al 30 de junio de 2020.

El 12 de diciembre de 2016, con el objetivo de apoyar la aplicación de las disposiciones establecidas en el Acuerdo de Paz, y acompañar a la población colombiana para superar los efectos de los 50 años de conflicto armado, la Unión Europea (UE) y 19 de sus Estados Miembros decidieron unir esfuerzos con el fin de crear el Fondo Europeo para la Paz de Colombia. Éste se creó en respuesta a la petición del Gobierno Colombiano de recibir un apoyo técnico y financiero por parte de la UE a su labor de implementación del Acuerdo de Paz, considerando el rol especial asignado a la UE como acompañante internacional al Punto 1 de Desarrollo Rural Integral y Punto 3 en lo que concierne a la reincorporación de los excombatientes.

El Proyecto Humanicemos es uno de los proyectos apoyados por el Fondo Europeo para la Paz en Colombia, lo cual implica que se deben adoptar las medidas necesarias para hacer público, con claridad, la contribución financiera del Fondo para la reincorporación de personal ex combatiente y el desminado humanitario. Se realizarán todas las acciones tendientes a visibilizar el aporte del Fondo en la información facilitada a los beneficiarios finales del proyecto, en los informes internos y anuales, y en cualquier evento o publicación con los medios de comunicación.

2.3. Fortalezas y debilidades de la comunicación actual.

UNMAS cuenta con sus propias plataformas de comunicación global (página web www.unmas.org, páginas en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube), en las cuales se publican fotografías, textos y artículos para visibilizar a nivel internacional los avances de los proyectos implementados en Colombia. Si bien, estos canales son claves para la implementación del presente Plan de Comunicaciones, una debilidad es la centralización de la información a publicarse en estos canales, al ser gestionadas directamente por la sede central de UNMAS, en Nueva York. En este sentido, UNMAS Colombia hará la coordinación necesaria con UNMAS Nueva York para la publicación en redes y difusión de información relevante del proyecto.

Dentro de las fortalezas en el área de comunicaciones de la organización Humanicemos DH, beneficiaria directa del proyecto, están la existencia de sus propios canales de comunicación que incluyen una página web (www.humanicemosdh.org) y páginas en redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, las cuales entraron en funcionamiento en febrero del 2019 y que siguen funcionando con publicaciones ocasionales. Sin embargo, al ser una organización con un personal administrativo limitado, no existe un área de comunicaciones encargada de implementar una estrategia permanente de comunicaciones que permita gestionar estos canales de manera constante.

Como parte de la estrategia prevista, Humanicemos DH contratará un servicio de apoyo externo encargado de la administración de las redes durante la implementación del proyecto y en cumplimiento con los requerimientos establecidos en el presente plan de visibilidad y comunicación.

Como antecedentes de comunicación, la organización Humanicemos DH ha realizado dos videos institucionales, uno de carácter informativo sobre el objetivo de la organización y otro con motivo del primer año de funcionamiento de HDH, evento realizado en Agua Bonita, Caquetá en junio de 2019.

3. Objetivos del plan de comunicaciones.

3.1. Objetivo General.

Posicionar al Proyecto Humanicemos como una iniciativa exitosa de reincorporación social y económica de excombatientes a través del sector de Acción Integral Contra Minas, convirtiendo a Humanicemos en un proyecto replicable a nivel mundial por su contribución al cumplimiento de un acuerdo de paz, a la descontaminación del territorio de artefactos explosivos y a la construcción de paz, gracias al apoyo del Fondo Europeo para la Paz y la asistencia técnica de UNMAS Colombia como implementador del proyecto.

3.2. Objetivos específicos.

- Posicionar a Humanicemos DH como una organización de desminado humanitario única en el mundo, al ser conformada por personas en proceso de reincorporación que contribuyen a la descontaminación del territorio de artefactos explosivos con un modelo incluyente para las mujeres en la Acción Integral Contra Minas y por ser la única organización liderada por una mujer excombatiente.
- Destacar la importancia de la asistencia técnica en temas de la acción contra minas facilitados por UNMAS para el cumplimiento de los Acuerdos de Paz en Colombia y el potencial de que este modelo de proyecto sea replicado en otras partes del mundo con conflictos.
- Visibilizar el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz al Proyecto Humanicemos, demostrando la transparencia y efectividad de las contribuciones de la Unión Europea.
- Capacitar a los miembros de Humanicemos DH en temas básicos de comunicación externa e interna que permitan una mayor sostenibilidad en la visibilidad de la labor de la organización a futuro.

4. Público objetivo.

Tras definir los objetivos del presente plan de comunicación y visibilidad, se ha identificado a los públicos objetivos a los cuales se les pretende informar sobre los aportes del proyecto, con el objetivo de posicionar a Humanicemos DH como una de las organizaciones líderes del sector nacional de la Acción Integral Contra Minas Antipersonal, gracias a la asistencia técnica de UNMAS Colombia y el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz.

Públicos externos	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios indirectos: Población del municipio de La Montañita, Caquetá. • Financiador del proyecto: Estados miembros de la Unión Europea, específicamente el Fondo Europeo para la Paz • Autoridades del Gobierno Nacional: Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Descontamina Colombia, Agencia para la Reincorporación y la Normalización (ARN), Gobernación del Caquetá, Alcaldía del Municipio de La Montañita, Fuerzas Armadas que trabajan desminado humanitario. • Medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. • Población en general de Colombia. • Organizaciones de la comunidad internacional comprometidas con el proceso de paz en Colombia. • Consejo de Seguridad de Naciones Unidas por su compromiso con el proceso de paz en Colombia.
Públicos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios directos: 90 excombatientes en proceso de reincorporación pertenecientes a Humanicemos DH, que trabajan en la Sede Nacional de la organización en Bogotá y en la Base Regional de Entrenamiento y Operaciones en el municipio de La Montañita, Caquetá.

5. Canales de comunicación.

Canales propios	UNMAS	<ul style="list-style-type: none"> • Página web de UNMAS (www.unmas.org). • Página de Facebook UNMAS. (https://www.facebook.com/UnitedNationsMineActionService/) • Perfil de Twitter UNMAS (https://twitter.com/UNMAS) • Página de Instagram UNMAS (https://www.instagram.com/un_mineaction/) • Canal de YouTube UNMAS (https://www.youtube.com/channel/UCJrEINqYz0SCt3yUqznf-aQ) • Perfil de LinkedIn UNMAS (https://www.linkedin.com/company/united-nations-mine-action-services/) • Listas de correo electrónico para difusión entre contactos claves.
	Humanicemos DH	<ul style="list-style-type: none"> • Página web de Humanicemos DH (www.humanicemosdh.org) • Página de Facebook Humanicemos DH (https://www.facebook.com/HUMANICEMOSDH/) • Perfil de Twitter Humanicemos DH (https://twitter.com/HUMANICEMOS_DH) • Página de Instagram Humanicemos DH (https://www.instagram.com/HUMANICEMOS_dh/) • Canal de YouTube Humanicemos DH (https://www.youtube.com/channel/UCJrEINqYz0SCt3yUqznf-aQ)
	Unión Europea en Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web del Fondo Europeo para la Paz (http://www.fondoeuropeoparalapaz.eu/en/home/) • Sitio web de la Unión Europea en Colombia (https://eeas.europa.eu/delegations/colombia_es) • Página de Facebook de la Unión Europea en Colombia (https://www.facebook.com/euincolombia) • Perfil de Twitter de la Unión Europea en Colombia (https://twitter.com/UEenColombia)

Canales aliados	Fondo Multidonante de las Naciones Unidas para el Sosténimiento de la Paz en Colombia (MPTF)	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de Twitter del Fondo Multidonante (https://twitter.com/fondoounucol) • Perfil de Flickr del Fondo Multidonante (https://www.flickr.com/photos/155884409@N04/albums) • Canal de YouTube del Fondo Multidonante (https://www.youtube.com/channel/UCZuQfEpCoV_Cb1W8BbW6HbA?view_as=subscriber)
	United Nations Peacebuilding	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de Twitter de UN Peacebuilding (https://twitter.com/UNPeacebuilding) • Página de Facebook (https://www.facebook.com/unpeacebuilding) • Página de Instagram de UN Peacebuilding (https://www.instagram.com/unpeacebuilding/) • Canal de YouTube de UN Peacebuilding (https://www.youtube.com/channel/UCWJoo5vRx19sy3C-mUDcllg)
	Descontamina Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Página web de Descontamina Colombia (http://www.accioncontraminas.gov.co/) • Perfil de Twitter de Descontamina Colombia (https://twitter.com/DescontaminaCO) • Página de Facebook de Descontamina Colombia (https://www.facebook.com/DescontaminaColombia/)
	Centro de Información de las Naciones Unidas (CINU)	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web Centro de Información de las Naciones Unidas para Colombia (https://nacionesunidas.org.co/cinu/) • Página de Facebook de ONU Colombia (https://www.facebook.com/onucolombia) • Perfil de Twitter de ONU Colombia (https://twitter.com/onucolombia) • Página de Instagram de ONU Colombia (https://www.instagram.com/onucolombia/) • Canal de YouTube de ONU Colombia (https://www.youtube.com/channel/UCB8FBcA0zpLbww-Y0R7KEpg)
Medios de comunicación externos	Medios nacionales	El Espectador, El Tiempo, Semana, Caracol TV, RCN, Caracol Radio, RCN Radio, La W, Blu Radio, RTVC, Canal Institucional, Noticias Uno, Canal 1, Cable Noticias, Diario El País, El Heraldo, Pulzo.com, La Silla Vacía.
	Medios locales	Diario del Caquetá, Diario Extra, Florencianos.com, caquetanoticias.com, Radios Cristalina - Florencia, La Caqueteña, Linda Stereo 95.1 FM, La Legítima - Caquetá, Radio Uno Florencia.
	Medios internacionales (potenciales)	The New Yorker, BBC Mundo, France 24, RTVE, DW, Agencia Anadolu, EFE.

6. La estrategia, el estilo y el mensaje.

6.1. La estrategia.

La estrategia de comunicación que propone este plan de comunicación está basada en una combinación de técnicas de Merchandising, Publicidad y Relaciones Públicas (RR.PP.), que se implementarán en dos etapas.

Al ser Humanicemos DH una organización cuya labor humanitaria apenas comenzará a dar resultados en el área de desminado humanitario y al ser poco conocida entre los públicos claves, principalmente la población beneficiaria del Caquetá, es necesario iniciar con una campaña de introducción. El objetivo es que los públicos focalizados conozcan el objetivo del proyecto Humanicemos y el impacto que tendrá la asistencia técnica de UNMAS Colombia para la labor humanitaria que realizará la organización Humanicemos DH.

En esta primera etapa se hará uso de una combinación de Merchandising, Relaciones Públicas y Publicidad. El merchandising será vital para el desarrollo de materiales como camisetas, “One pagers”, gorras, “flyers” y otros materiales con Educación en el Riesgo de Minas (ERM) que fortalezcan el componente de “Enlace Comunitario”, el cual tiene como objetivo que la población de la zona se familiarice con el proyecto y sus objetivos en la región, esto es clave para viabilizar el despliegue de la operación de desminado. También se recurrirá a técnicas de publicidad realizando pautas de cuñas radiales en emisoras locales del Caquetá y en redes sociales para llegar a la mayor cantidad de personas con un mensaje introductorio del Proyecto Humanicemos.

Se planea también un componente de Relaciones Públicas cuya magnitud dependerá de las restricciones vigentes por la pandemia del Covid-19, ya que se planea organizar un evento de lanzamiento en Caquetá cuando el personal de Humanicemos DH finalice los procesos de acreditación y estén listos para comenzar sus labores de desminado humanitario en el terreno. Esto implicará el desarrollo de comunicados de prensa, además de la documentación oficial del inicio de las labores a través de la toma de fotografías y grabación de vídeos.

La segunda etapa del Plan de Comunicaciones estará enfocada en una campaña de posicionamiento de Humanicemos como un proyecto modelo en Acción Integral Contra las Minas (AICMA), cuya labor tiene un impacto positivo para la reincorporación socioeconómica de exmiembros de las FARC-EP, el desarrollo rural integral y la consolidación de una paz estable y duradera en los territorios afectados por el conflicto.

Se hará uso de técnicas de Publicidad y Relaciones Públicas para presentar resultados preliminares de la labor de desminado humanitario, haciendo énfasis en historias humanas sobre cómo este proyecto les ha ayudado a mejorar su vida a los integrantes

de Humanicemos DH y a la población beneficiaria de las comunidades locales. Durante la finalización de esta nueva etapa del proyecto Humanicemos DH se pretende realizar un evento de cierre que requerirá nuevamente realizar acciones de RR.PP. como convocatoria a medios de comunicación, desarrollo de comunicados de prensa y posibles visitas guiadas a medios de comunicación a la base de entrenamiento en Caquetá.

Todos los materiales de comunicación generados durante ambas etapas serán desarrollados siguiendo los lineamientos de marca y estilo comunicacional del Fondo Europeo para la Paz y UNMAS, destacando el aporte financiero y el acompañamiento en la construcción de paz de la Unión Europea y la debida coordinación con las autoridades pertinentes del Gobierno de Colombia.

La apuesta por una estrategia de comunicación requiere esfuerzos y constancia, pero se hará desde el convencimiento de que esta estrategia facilitará el establecimiento de relaciones estables con la comunidad local y sus distintos públicos objetivos de interés y será más efectiva a largo plazo para una mayor y mejor comunicación con todos ellos.

Para llegar a un público más amplio a nivel internacional, todas las piezas de comunicación producidas por UNMAS Colombia tendrán una versión en idioma Inglés para su difusión en los canales de comunicación de UNMAS, tales como el sitio web (<https://www.unmas.org/>), y sus páginas de redes sociales.

6.2. El estilo de comunicación y el estilo gráfico.

UNMAS Colombia, a través de las comunicaciones del proyecto Humanicemos DH promoverá principalmente dos de los seis pilares estratégicos del Fondo Europeo para la Paz:

- 1) Reconciliación y reducción de conflictos.
- 2) Reincorporación social y económica de los excombatientes.

Los conceptos fundamentales establecidos por el Fondo Europeo para la Paz en su Manual de Visibilidad estarán incluidos en el estilo y contenido de la comunicación, tanto hacia públicos internos como externos: Equidad, Transformación, Convivencia, Paz y Protección de la vida. Los mensajes desarrollados deben reunir las siguientes características: ser atractivos, claros, singulares, que emocionen y originales. Se entiende que nuestro estilo gráfico debe reunir las siguientes características o atributos:

- **Positivo:** debe ser atractivo y apelar a la reconciliación.
- **Nítido:** debe ser claro, sobrio y entendible.
- **Notorio:** debe ser visible o audible, adaptando los mensajes al público meta.

En lo que respecta a las redes sociales y el manejo del sitio web de Humanicemos DH, el estilo de comunicación seguirá las pautas establecidas en el Manual de Visibilidad y la Guía de Identidad Gráfica del Fondo Europeo para la Paz.

6.3. El mensaje.

Una vez que Humanicemos DH inicie su trabajo de desminado humanitario, uno de los mayores aportes a la sociedad será la liberación de territorios, los cuales serán seguros nuevamente para toda la población. En este orden se establecen los siguientes conceptos para la creación de las piezas de comunicación:

- **Por la vida y la reconciliación.**
- **Somos más que desminadores.**
- **Reconstruyendo territorios / Somos territorio.**
- **La Acción Integral Contra Minas es una acción humanitaria.**
- **La acción contra minas apoya los procesos de paz.**

Mensajes clave	Públicos meta
Humanicemos DH , la primera organización de desminado humanitario en el mundo integrada por personas en proceso de reincorporación	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios de Humanicemos DH. • Población local del Caquetá. • Población en general. • Medios de comunicación. • Donantes UNMAS. • Público internacional de UNMAS.
Por la vida y la reconciliación: La paz es más que la ausencia de guerra, incluye eliminar los peligros heredados por el conflicto: las minas antipersonal y restos explosivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficiarios de Humanicemos DH. • Población local del Caquetá. • Población en general. • Medios de comunicación.
Reconstruyendo territorios / Somos territorio: promover el acercamiento de los excombatientes con las comunidades, destacando que son parte de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Población local del Caquetá. • Población en general. • Medios de comunicación.
Somos más que desminadores: la Acción Integral Contra Minas es un acto de reconciliación y modelo de reincorporación en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> • Población local del Caquetá. • Población en general. • Medios de comunicación. • Donantes. • Público interno HDH y UNMAS. • Funcionarios de Gobierno.
La Acción Integral Contra Minas es una acción humanitaria (Mine action is humanitarian action), uno de los mensajes claves de UNMAS.	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios de Gobierno. • Donantes UNMAS. • Población local del Caquetá. • Población en general. • Medios de comunicación.
La acción contra minas apoya los procesos de paz , al ser un proyecto único en el mundo que puede ser replicado en otras regiones en conflicto.	<ul style="list-style-type: none"> • Donantes UNMAS. • Público internacional de UNMAS. • Funcionarios de Gobierno. • Población en general. • Medios de comunicación.



Uno de los conceptos aprobado por el Fondo Europeo para la Paz y que debe ser adaptado para los contenidos es “Europa cree en Colombia”, el cual se usa para todos los mensajes de la UE en Colombia y que se utilizará también como concepto en la construcción de ideas. Ejemplos de uso como concepto: Europa cree en la gente de Colombia, en su diversidad, en la paz, entre otras opciones. Para el Proyecto Humanicemos se usará una variable que está relacionado con el proceso de reincorporación de excombatientes: Europa cree en la paz.

6.3.1 Los eslogan.

- **Europa cree en la paz:** Al estar el proyecto Humanicemos DH relacionado con la consolidación de la paz estable y duradera en Colombia, este sería el eslogan sugerido para las comunicaciones.
- **Por la vida, la reconciliación y la reconstrucción de los territorios:** Humanicemos DH tiene definido su eslogan, el cual podrá ser usado en aquellas piezas de comunicación en las que el espacio o tiempo disponible lo permita, tales como imágenes en el sitio web, cuñas radiales, banners, folletos, one pagers u otros materiales de comunicación impresos. Para el caso de fotos de portada o artes para redes, en las cuales el espacio es limitado, se priorizará la visibilidad de los conceptos aprobados por el Fondo Europeo para la Paz.

6.3.2. Etiquetas o hashtags.

En todas las piezas comunicativas digitales (incluyendo fotos de portada y artes para redes) siempre debe colocarse el hashtag **#FondoEuropeoParaLaPaz**, ya que esto facilita la búsqueda en las redes sociales y aglutina todas las publicaciones de los proyectos financiados por el Fondo Europeo para la Paz. Otro hashtag que puede usarse es **#EuropaCreeEnColombia**.

Se procurará la inclusión de etiquetas o hashtags como parte de los textos de las publicaciones en redes sociales como Twitter e Instagram, donde los usos de hashtags ayudan a agrupar conversaciones o posicionar el contenido en torno a determinados temas. Dentro de las palabras claves que deben destacarse como hashtags están **#DesminadoHumanitario**, **#AcciónContraMinas**, **#MinaAntipersonal**, **#Colombia**, **#Caquetá**, **#AcuerdosDePaz**.

En todas las publicaciones para redes sociales donde se mencione a UNMAS, la Unión Europea en Colombia, Descontamina Colombia o a la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, se deberán etiquetar las cuentas oficiales.

7. Tácticas de comunicación.

• 7.1. Medios convencionales (ATL).

La publicidad en medios convencionales (*publicidad Above The Line o ATL*) sigue teniendo una gran penetración y alcance en todo el territorio colombiano. Para lograr los objetivos de visibilizar y posicionar al proyecto Humanicemos DH, se pretende hacer gestiones de “Free press” para que medios de comunicación televisivos, radiales y de prensa escrita nacionales y locales, den cobertura a los eventos organizados por UNMAS Colombia y se publiquen historias de los hitos alcanzados por el Proyecto. Se desarrollará una lista de asistencia para los eventos organizados por UNMAS con el objetivo de fortalecer la base de datos de periodistas y responsables de los medios de comunicación claves para compartir información del proyecto, gestionar solicitudes de entrevistas y enviar invitaciones de prensa.

En el caso de los medios internacionales, se harán gestiones de “free press” e invitaciones para realizar visitas guiadas a la base de entrenamiento de Humanicemos DH a los corresponsales de medios internacionales y agencias de noticias que pudiesen estar interesados en generar historias sobre el proyecto. En el presente plan se identifican algunos medios potenciales.

La población del municipio de La Montañita, donde se desarrollarán las labores de desminado humanitario de Humanicemos DH, es mayoritariamente rural. Por tal razón, los medios en los que se prevé realizar pautas publicitarias son las radios y periódicos locales en Caquetá, al tener un gran alcance, penetración y preferencia en el territorio. Esto ayudará en el cumplimiento de los objetivos del presente plan. La televisión, debido al alto costo que tienen las pautas, sólo se prevé la gestión de “Free press”.

Plan de medios			
Tipo de medio	Caracterización o alcance	Nombre del medio	Acción de comunicación
Radio	Radios locales	Linda Stereo 95.1 FM, La Legítima - Caquetá, Radio Uno Florencia.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de “Free press”. Invitación para visitas guiadas.
		Radios Cristalina - Florencia, La Caqueteña.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de “Free press”. Invitación para visitas guiadas. Pautas de cuñas radiales sobre ERM y posicionamiento de HDH.
	Radios regionales o nacionales	Caracol Radio, RCN Radio, La W, Blu Radio.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de “Free press”. Invitación para visitas guiadas.
Prensa escrita	Periódicos locales	Florencianos.com, Diario del Caquetá, caquetanoticias.com, Diario del Sur	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de “Free press”. Invitación para visitas guiadas.
		Diario Extra	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de “Free press”. Invitación para visitas guiadas. Pautas de anuncios sobre ERM y posicionamiento de HDH.

	Periódicos y revistas regionales o nacionales	El Espectador, El Tiempo, Diario El País, El Heraldo, Semana.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de "Free press". • Invitación para visitas guiadas.
Televisión	Televisoras regionales o nacionales	Caracol TV, RCN, RTVC, Canal Institucional, Noticias Uno, Canal 1, Cable Noticias, CM&.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de "Free press". • Invitación para visitas guiadas.
Medios Internacionales	Sitios web y medios escritos	The New Yorker, BBC Mundo, France 24, RTVE, DW, Agencia Anadolu, EFE.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de "Free press". • Invitación para visitas guiadas.

• 7.2. Medios no convencionales (TTL).

Los medios sociales son los de mayor crecimiento en Colombia y el mundo, democratizando el acceso a la información para toda la población. Actualmente UNMAS Colombia cuenta con una red de plataformas de comunicación que servirán para difundir los avances del Proyecto Humanicemos. Además del sitio web y las cuentas de redes sociales de UNMAS, se identificó a una red de organizaciones aliadas que permitirán multiplicar la información del proyecto. Entre estas organizaciones aliadas están: Humanicemos DH, el Centro de Información de las Naciones Unidas (CINU Bogotá), el Fondo Multidonante de Naciones Unidas para el Sostenimiento de la Paz en Colombia (MPTF), la Oficina del Alto Comisionado para la Paz- Descontamina Colombia, y el Fondo Europeo para la Paz, a través de las cuentas oficiales de la Unión Europea en Colombia.

Pese a que el nivel de penetración del Internet en el Caquetá aún es bajo en comparación al promedio nacional, los esfuerzos por aumentar la cobertura de internet móvil y la habilitación de Zonas WiFi Gratis por parte del Gobierno de Colombia ha extendido el uso de redes sociales en esta zona del país. Por lo cual, se desarrollará una Estrategia de comunicación digital enfocada en la producción de información e historias, las cuales serán publicadas en los sitios web habilitados para su posterior difusión en las redes sociales, contenido dirigido principalmente a la población joven del departamento.

Dentro de esta Estrategia digital se prevé la planificación y ejecución de dos campañas publicitarias en Facebook, Twitter e Instagram, las redes sociales con mayor cantidad de usuarios en Colombia. La primera campaña publicitaria sería de introducción en septiembre, para dar a conocer el Proyecto Humanicemos. La segunda campaña publicitaria sería ejecutada en diciembre, para visibilizar los resultados preliminares del proyecto. El público objetivo primario sería la población del Caquetá, beneficiaria indirecta del Proyecto Humanicemos. Como público secundario sería la población general de Colombia.

Otro componente de la estrategia digital será el fortalecimiento de la difusión de contenidos a través de boletines mensuales dirigidos a públicos claves como funcionarios del Gobierno de Colombia, organizaciones homólogas que trabajan en el componente de Acción Integral Contra las Minas Antipersonal (AICMA), financiadores y donantes de UNMAS Colombia, periodistas, la red global y local de UNMAS.

Generalidades de la Estrategia de Comunicación Digital		
Estrategia de posicionamiento web (SEO)	<ul style="list-style-type: none"> Acciones de content marketing. Optimización de SEO. Posicionamiento orgánico en buscadores. 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de contenido óptimo (historias, informes de avance, ERM, etc.) para la página web del proyecto. Definición de palabras claves para posicionamiento de la web en buscadores. Implementación de campañas de Google Ads.
Estrategia de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Twitter Instagram YouTube LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de un calendario de publicaciones para las redes sociales manejadas por la agencia contratada por la organización HDH. Coordinación con sede de UNMAS en Nueva York y aliados claves para publicación de contenido de interés en sus redes sociales (UE, CINU, Descontamina Colombia). Desarrollo de los conceptos, mensajes y artes para las dos campañas publicitarias en redes sociales.
Estrategia de E-mail marketing	<ul style="list-style-type: none"> Actualización de listas de correo para boletines internos y externos. 	<ul style="list-style-type: none"> Envío de boletines mensuales segmentados para públicos internos y externos de UNMAS y HDH. Desarrollo de infografías informativas mensuales. Envío de dedicatorias especiales a personajes claves (donantes, funcionarios de Gobierno, socios relevantes, influenciadores y líderes de opinión).
Medios de comunicación digitales	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer la relación con medios de comunicación digitales colombianos enfocados en la difusión de noticias de interés nacional como el cumplimiento de los Acuerdos de Paz y desminado humanitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Pulzo.com, La Silla Vacía. Envío de boletines mensuales, notas de prensa e invitaciones para eventos del proyecto HDH.

7.3. Publicidad BTL.

La publicidad BTL (Below the line) es el empleo de formas no masivas de comunicación para posicionar el Proyecto Humanicemos entre públicos objetivos específicos, tales como la población beneficiaria en Caquetá. El presente plan de comunicaciones contempla la combinación de estrategias de Merchandising y organización de eventos para posicionar al Proyecto.

Plan de acciones BTL		
Merchandising	Impresión de papelería necesaria para el proceso de entrenamiento de los miembros de HDH y de fortalecimiento del Enlace Comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> Cartas de presentación Calendario 2021 Afiches/Banners/Flyers Libretas Kit de letreros de señalización Stickers (para niños) Lapiceros Pancartas Grabación y producción de vídeos instructivos para entrenamientos de desminado humanitario.
	Adquisición de prendas de visibilidad con logos de la UE, Fondo Europeo para la Paz, UNMAS y HDH, para el equipo de UNMAS Colombia y HDH.	<ul style="list-style-type: none"> Camisetas bordadas y estampadas. Gorras tipo beisbolera. Chalecos para líderes de equipo. Camibuses bordados y estampados.

	Adquisición de prendas de visibilidad con logos de la UE, Fondo Europeo para la Paz, UNMAS y HDH, para los miembros de HDH capacitados.	<ul style="list-style-type: none"> • Camisetas bordadas y estampadas. • Gorras tipo beisbolera. • Camibuses bordados y estampados.
Organización de eventos	Evento de lanzamiento en el Municipio La Montañita del inicio del desminado humanitario por parte de los miembros de HDH.	<ul style="list-style-type: none"> • Tentativamente en Caquetá a mediados de agosto (si la pandemia de Covid-19 lo permite). Transmisión en redes sociales de la ceremonia. • Desarrollo de comunicado de prensa y difusión en medios locales y nacionales.
	Evento de cierre (total o parcial) del proyecto HDH en enero de 2021 (Fecha tentativa, dependiendo de la situación de financiación e impacto de Covid-19, posiblemente permitiendo una extensión de tiempo sin costo adicional).	<ul style="list-style-type: none"> • Definir el lugar (Bogotá o Caquetá). Convocatoria a medios. Si es en Caquetá podría ser abierto al público, organizar una exposición de fotos del proyecto. Hacer un acto simbólico de entrega de materiales a HDH por parte de UNMAS.

8. Cronograma de actividades.

Productos esperados	Actividades esperadas <i>Las actividades son acciones que nos llevan a alcanzar los productos.</i>	Meses estimados en los que las actividades podrían ser completadas							
		jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene
Crear el Plan de Comunicación y visibilidad del proyecto HUMANICEMOS DH.	Identificación de las necesidades de comunicación del proyecto HDH, UNMAS Colombia y sus diversas áreas que la componen.								
	Entrega del Plan de Comunicación y visibilidad del proyecto Humanicemos.								
Preparar talleres de capacitación para el personal de UNMAS y HDH en temas de comunicación.	Preparación y socialización del taller de fotografía y producción audiovisual con el equipo de UNMAS en Florencia.	4ta. sem.	2da. sem.				2da. sem.		
	Capacitación a los voceros del equipo UNMAS y HDH con técnicas para el manejo de medios y entrevistas.								
	Realización de taller sobre comunicación asertiva y redacción a miembros del equipo de UNMAS Colombia y HDH.								
Adquisición de materiales promocionales del proyecto HDH, como parte del componente de Merchandising	Impresión de papelería necesaria para entrenamiento de los miembros de HDH y de fortalecimiento del Enlace Comunitario (Flyers, One pagers, etc.)								
	Adquisición de materiales promocionales para el equipo de UNMAS Colombia y HDH (Camisetas, chalecos, gorras, etc.).		3ra. sem.	1ra. sem.					
Documentar el avance de los beneficiarios/as del proyecto HDH.	Toma de fotografías y grabación de vídeos del inicio de los entrenamientos presenciales a integrantes de HUMANICEMOS DH por parte del equipo de UNMAS en Caquetá.								
	Grabación de videos y toma de fotografías para documentar la acreditación de los primeros desminadores y los nuevos conocimientos técnicos adquiridos por integrantes de HUMANICEMOS DH.			2da. sem.					
	Edición y entrega del video y fotografías recopiladas para su difusión en canales de UNMAS, UE y HDH, tras la aprobación de UNMAS Colombia y sede central.				1ra. sem.				
	Producción de video animado con resultados del Proyecto Humanicemos.								

Ceremonia de acreditación del primer grupo de desminadores del Proyecto Humanicemos.	Ceremonia de acreditación en el Caquetá del primer grupo de desminadores humanitarios de Humanicemos DH.			4ta. sem. Tentativo					
Visibilización del inicio de las operaciones manuales de despeje.	Visitas guiadas a periodistas al campo de entrenamiento al inicio de las primeras operaciones de despeje manual								
Campañas en redes sociales para visibilizar el proyecto HDH.	Campaña de introducción de HDH como organización de desminado humanitario en el Caquetá a través de publicaciones en redes sociales propias.								
	Campaña de posicionamiento en redes sociales de HDH como organización de desminado humanitario y el impacto de su labor para la comunidad.								
	Campañas publicitarias pagadas en redes sociales de introducción y posicionamiento de HDH.								
	Coordinación con sede de UNMAS en Nueva York para publicación de contenido de interés en sus redes sociales.				1ra. sem.		3ra. sem. Social media week		4ta. sem.
	Coordinación con aliados claves (UE, CINU, Descontamina Colombia, MPTF, Embajadora de la UE) para publicación de contenido de interés en sus redes sociales. *Dependiendo de los hitos del proyecto (acreditación, inicio de operaciones, inicio del despeje manual, cierre y otras historias de relevancia identificadas en el proceso).			4ta. sem. Acreditación de desminadores.	3ra. sem. 21, día de la paz	1ra. sem. 2, día no violencia		1ra. sem. 3, Día personas con discapacidad	4ta. sem. Cierre del proyecto*
Evento de cierre de la fase del Proyecto Humanicemos financiada por la Unión Europea.	Organización del evento en Caquetá por el cierre de la fase del Proyecto Humanicemos financiada por la Unión Europea.								4ta. sem. Tentativo
Elaboración y envío de boletines mensuales con resultados del proyecto	Elaboración y envío de boletines mensuales con resultados del proyecto.			Cada mes	Cada mes	Cada mes	Cada mes	Cada mes	Cada mes

9. Entregables

Tras definir las actividades de comunicación y potenciales eventos a realizar para la visibilización del Proyecto Humanicemos, estos serían los entregables previstos:

Entregable		Cantidad	Fechas tentativas	Responsable/s
Videos institucionales		2	Sept. 2020 y Enero 2021	Asociado de Comunicaciones
Videos, fotografías y mensajes para redes sociales de HDH (57 en Facebook, 105 en Twitter, 103 en Instagram)		265	Al menos 3 publicaciones semanales en cada red social	Agencia digital / Asociado de Comunicaciones
Publicaciones en redes globales de UNMAS (Facebook, Twitter e Instagram)		20	Al menos 5 publicaciones en cada red social	Asociado de Comunicaciones
Publicaciones (fotos y enlaces a notas web) en redes sociales de aliados (ONU Colombia, UE y Descontamina Colombia)	ONU Colombia	10	Al menos 2 publicaciones en cada red social	Asociado de Comunicaciones
	UE en Colombia	5	Al menos 2 publicaciones en cada red social	Asociado de Comunicaciones/ Comunicaciones UE
	Descontamina Colombia	6	Al menos 2 publicaciones en cada red social	Asociado de Comunicaciones
Eventos (lanzamiento y cierre)		2	Agosto 2020 y Enero 2021	Asociado de Comunicaciones y equipo UNMAS
Comunicados de prensa		3	Agosto 2020, Septiembre 2020 y Enero 2021	Asociado de Comunicaciones
Boletines de avance y resultados del proyecto		6	Cada mes	Asociado de Comunicaciones y equipo del Proyecto Humanicemos
Indumentaria promocional para equipo UNMAS	Camisetas	20	Julio	Equipo UNMAS - Proyecto Humanicemos
	Camibuses	20	Julio	Equipo UNMAS - Proyecto Humanicemos
	Chalecos	20	Julio	Equipo UNMAS - Proyecto Humanicemos
	Gorras	20	Julio	Equipo UNMAS - Proyecto Humanicemos
Indumentaria promocional para miembros capacitados de la organización HDH	Camisetas	100	Julio	Equipo de HDH
	Camibuses	100	Julio	Equipo de HDH
	Gorras	100	Julio	Equipo de HDH

Materiales promocionales sobre Educación en el Riesgo de Minas para beneficiarios indirectos	Carta de presentación	20	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Calendario 2021	200	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Afiches/Banners/Flyers	300	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Libretas	200	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Kit de letreros de señalización	6	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Stickers (para niños)	300	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Lapiceros	300	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH
	Pancartas	20	Julio y agosto	Equipo UNMAS y HDH

10. Indicadores Claves de Resultados (KPI)

Para analizar la efectividad del presente Plan de Comunicaciones y Visibilidad, se han definido los Indicadores Claves de Resultados que permitirá calificar y cuantificar el alcance de las acciones de comunicación implementadas. Los KPI fueron definidos para medir el nivel de cumplimiento de los objetivos planteados en este Plan.

Objetivo	Indicador clave de rendimiento	Cuantificación y/o cualificación
Posicionar a Humanicemos DH como una organización de desminado humanitario única en el mundo, al ser conformada por personas en proceso de reincorporación que contribuyen a la descontaminación del territorio de artefactos explosivos con un modelo incluyente para las mujeres en la Acción Integral Contra Minas y por ser la única organización liderada por una mujer excombatiente.	Alcance total de las campañas en redes sociales. ⁴	
	Cantidad de notas publicadas por medios de comunicación.	
	Videos producidos.	
	Número de personas alcanzadas a través de e-mails y boletines informativos enviados.	
	Cantidad de habitantes participantes en las actividades de enlace comunitario	
Destacar la importancia de la asistencia técnica en temas de la acción contra minas facilitados por UNMAS para el cumplimiento de los Acuerdos de Paz en Colombia y el potencial de que este modelo de proyecto sea replicado en otras partes del mundo con conflictos.	Alcance de los videos producidos sobre la asistencia técnica de UNMAS.	
	Alcance de las publicaciones hechas en redes sociales.	
	Cantidad de publicaciones de medios de comunicación donde se visibilice la labor de UNMAS.	
Visibilizar el apoyo financiero del Fondo Europeo para la Paz al proyecto Humanicemos DH, demostrando la transparencia y efectividad de las contribuciones de la Unión Europea.	Cantidad de publicaciones de medios de comunicación donde se destaca el apoyo de la UE.	
	Alcance en redes sociales de los materiales de comunicación publicados donde se destaca el apoyo de la UE.	
	Cantidad de material de visibilidad adquirido e impreso con presencia de marca de la UE	
Capacitar a los miembros de Humanicemos DH en temas básicos de comunicación externa e interna que permitan una mayor sostenibilidad en la visibilidad de la labor de la organización a futuro.	Cantidad de personal capacitado en los talleres de comunicación interna y externa desarrollados.	
	Manuales, Guías y otros lineamientos de comunicación entregados.	

⁴ El alcance total en redes se refiere a la cantidad total de personas que ven una publicación, aunque estas no comenten, reaccionen o compartan la publicación.

10.1. Cálculo del Retorno de la Inversión (ROI).

En esta parte se realizará un cálculo del Retorno de la Inversión que permitirá tener un balance de los costos ahorrados en piezas de comunicación logrados a través de la gestión de “Free press” y otras acciones de comunicación generadas durante el proyecto con los equipos humanos y materiales facilitados por UNMAS Colombia, lo cual se traduce una optimización del presupuesto destinado para comunicaciones y visibilidad del proyecto.

Los montos de las piezas gestionadas por “Free Press” no se proyectan, sino que se sumarán al final de esta fase del Proyecto y se hará el balance con respecto al presupuesto total destinado para comunicaciones.

Rubro	Productos	Costo estimado
“Free press”		US\$
Material de comunicación interna y externa generada por el equipo de UNMAS Colombia		US\$
Formación en temas de comunicación al equipo de UNMAS Colombia y HDH		US\$
Monto total de los productos de comunicación gestionados sin costo		US\$
Presupuesto total de comunicaciones y visibilidad		US\$ 30,000
Balance del Retorno de la Inversión (ROI)		US\$

11. Presupuesto.

El presupuesto definido para las comunicaciones del Proyecto Humanicemos es de US\$30,000 dólares.

Actividades de comunicación en las que se invertirá el presupuesto		
Rubro	Acciones de comunicación	Organización responsable
Medios convencionales	Pautas radiales en emisoras locales del Caquetá	Humanicemos DH
	Pauta de anuncios en periódicos locales del Caquetá	Humanicemos DH
	Visitas guiadas a periodistas al campo de entrenamiento durante el proceso de desminado humanitario	UNMAS Colombia
Medios no convencionales	Contratación de agencia de comunicación digital para el desarrollo y ejecución de la estrategia digital del proyecto HDH, incluyendo las dos campañas publicitarias en redes sociales.	Humanicemos DH
Merchandising	Adquisición de materiales promocionales impresos para fortalecimiento de enlace comunitario y procesos formativos al personal de HDH.	Humanicemos DH y UNMAS Colombia
	Adquisición de equipos y programas de edición para producción de videos guías para procesos de entrenamiento sobre desminado humanitario	UNMAS Colombia
	Contratación de productora audiovisual para producción de video final animado con resultados del proyecto.	UNMAS Colombia
Organización de eventos	Organización de eventos de lanzamiento y cierre de la actual fase del Proyecto Humanicemos financiado por el Fondo Europeo para la Paz.	UNMAS Colombia
Comunicación interna	Realización de talleres de formación al equipo de UNMAS Colombia y HDH sobre temas de comunicación interna y externa.*	UNMAS Colombia
	Adquisición de licencia de programa de diseño para la creación de boletines mensuales y fortalecer la creación de material gráfico.	UNMAS Colombia

*Estas actividades serán realizadas por el Asociado de Comunicaciones con los equipos facilitados por UNMAS Colombia.



Este proyecto es ejecutado gracias al apoyo financiero de la
Unión Europea a través del Fondo Europeo para la Paz.



UNMAS

JULIO 2020