



FONDO MULTIDONANTE DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL POSCONFLICTO

INFORME NARRATIVO ANUAL

PERÍODO DEL INFORME: SEPTIEMBRE – DICIEMBRE 2016

Título y Número de Programa
<ul style="list-style-type: none">Título del Programa: MPTF - Ventana No GubernamentalNúmero del Programa: 97044 Award 00100904MPTF Office ID:

País, (Localidad) (s), Área Temática (s), Beneficiarios
Colombia <i>Ámbito Información, comunicación y relacionamiento</i>

Organizaciones Participantes
<ol style="list-style-type: none">Oficina del Alto Comisionado para la Paz-OACPSecretaría Técnica - Fondo de las Naciones Unidas para el PostconflictoPrograma de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD

Socios Implementadores
<ol style="list-style-type: none">CocomaciaColombia DiversaVice Media Pacifista!FundexcoCorporación Viva la CiudadaníaCorporación Casa de la MujerSisma MujerRuta Pacífica de las MujeresAnzorc

Costo del Proyecto en US\$	
Contribución del Fondo:	US\$ 1.210.537,00
Otras fuentes de financiamiento:	US\$
TOTAL	US\$ 1.210.537,00

Duración del Programa (en meses)
Duración total: 3 meses
Fecha de inicio: Septiembre 2016
Fecha de cierre: Diciembre 2016

Evaluaciones del Proyecto/Evaluación de Medio Término
Evaluación Completada <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No Fecha: _____
Informe de medio-término <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No Fecha: _____

Presentado Por
<ul style="list-style-type: none">Nombre: Inka Mattila-Daniel VargasTítulo: Ventana No GubernamentalOrganización Participante (o Líder): Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUDDirección de Email: Daniel.vargas@undp.org

RESUMEN EJECUTIVO

Después de casi 4 años de los diálogos de paz entre el gobierno de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia FARC-EP, se ha evidenciado un profundo desconocimiento por parte de la ciudadanía de los puntos discutidos y los acuerdos alcanzados. Ante la firma del acuerdo final y la convocatoria al plebiscito para su refrendación, se abrió una ventana de oportunidad para reflexionar sobre las formas de lograr una mayor comprensión de los mismos y sus implicaciones en un escenario de transición y posconflicto.

El Fondo Multidonante de las Naciones Unidas para el Posconflicto seleccionó a 9 organizaciones no gubernamentales nacionales (Cocomacia, Colombia Diversa, Pacifista!, Fundexco, Sisma Mujer, Viva la Ciudadanía, Casa de la Mujer, Ruta Pacífica de Mujeres y Anzorc) las cuales tienen una incidencia poblacional y temática específica, pero necesitaban fortalecer sus capacidades para poder cumplir directamente con los objetivos de esta convocatoria. Estos proyectos buscaron contribuir directamente al efecto #8 del Fondo, *“Comunicados de forma eficaz, pero requerían y transparente los acuerdos del fin del conflicto, los avances en su implementación, las dinámicas de construcción de paz y las situaciones de los territorios, reduciendo así el impacto de mensajes interesados y/o desestabilizadores y fomentando una cultura de paz y reconciliación”* bajo el ámbito de información, comunicación y relacionamiento.

Se asignó un total de **US\$ 1.172.021** entre las 9 organizaciones que implementaron actividades que contribuyeron con la *“Estrategia de Pedagogía de los Acuerdos y Movilización para su Implementación con audiencias específicas y en territorios específicos”* de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz. Con la implementación de estos proyectos, se facilitó que las audiencias priorizadas en la convocatoria, conocieran, comprendieran, dialogaran, se apropiaran del Acuerdo de la Habana y la construcción de paz en el espíritu de la visión de paz territorial.

Frente a la primera parte del efecto de la convocatoria **“Comunicados de forma eficaz y transparente los acuerdos del fin del conflicto”**, en la implementación de las 9 iniciativas se enfocó en 6 poblaciones priorizadas (mujeres, jóvenes, campesinos, víctimas del conflicto armado, afrocolombianos y comunidad LGTBI), se incluyera directamente a más de **50.000** personas, a través de la activación de redes sociales y movilizaciones se calcula que alcanzó **8.000.000** de personas a nivel nacional.

Es importante tener en cuenta, el escenario cambiante durante el tiempo de vida del proyecto ante los resultados del plebiscito del 2 de Octubre de 2016, donde fue un reto al que debieron enfrentarse las organizaciones y asumir un papel activo en cuanto a buscar soluciones inmediatas para asumir los efectos que la respuesta tuvo en una parte de la sociedad colombiana ante la consulta.

I. CONTEXTO Y OBJETIVO

Tras los casi cuatro años de negociaciones entre el Gobierno Colombiano y las FARC-EP en La Habana se ha llegado a un acuerdo de paz, que pone fin a uno de los conflictos armados internos más largos de Latinoamérica. Si bien desde el inicio del proceso de paz en el 2012, la Mesa de Conversaciones en la Habana ha logrado muchos avances importantes, persiste un alto nivel de escepticismo y desconocimiento de la población colombiana en general frente al acuerdo y sus contenidos. Lo anterior se refleja en la importancia que la ciudadanía en su conjunto tenga un mayor acceso y conocimiento del acuerdo de paz (de manera sencilla y comprensible). Específicamente, era importante que la población conociera los beneficios que la firma e implementación del acuerdo del fin de conflicto traería sobre todo en las regiones más afectadas por el conflicto, y su rol como gestores de paz, con el fin de promover una movilización informada para la finalización del conflicto.

Por esta razón, se abrió esta convocatoria dirigida para que entidades no gubernamentales nacionales, presentaran propuestas para implementar actividades que contribuyeran a la *“Estrategia de Pedagogía de los Acuerdos y Movilización para su Implementación con audiencias específicas y en territorios específicos”* de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz. Con la implementación de los proyectos seleccionados, se buscó que la población colombiana en general conociera, comprendiera, dialogara, se apropiara, y se movilizara para la finalización del conflicto, la implementación del Acuerdo de la Habana y la construcción de paz en el espíritu de la visión de paz territorial.

En esta convocatoria, se evidenció la necesidad de que las distintas audiencias conocieran los avances en el *“Acuerdo general para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera”* sobre todo, en aquellos puntos que se encuentran estrechamente ligados con las audiencias priorizadas. Por ejemplo, los puntos referidos a la Política de Desarrollo Agrario Integral, incluyendo asuntos prioritarios sobre el debate del uso de la tierra y el desarrollo social con enfoque territorial. En este contexto aparecen *“ventanas de oportunidad”* para posicionar las diferentes poblaciones en la agenda pública desde las perspectivas técnica y político-jurídica, los proyectos seleccionados se implementaron en un máximo de tres meses, y se dirigieron a las siguientes audiencias:

Resultados esperados	Audiencias	Organización seleccionada
La población colombiana conoce, comprende, dialoga, se apropia, se identifica y se moviliza para la finalización del conflicto, la implementación del Acuerdo de la Habana y la construcción de paz en el espíritu de la visión de paz territorial	<p>Mujeres: Diseñar y poner en marcha una estrategia pedagógica de paz con las mujeres en Colombia.</p> <p>Proyectos seleccionados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pedagogía para la divulgación, comprensión, movilización e implementación del Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera en Colombia desde la perspectiva de las mujeres. 2. Las mujeres Pazharemos construyendo la paz- Pedagogía del Acuerdo de Paz en 9 regiones de Colombia. 3. Estrategia Nacional para el fortalecimiento de la participación de las mujeres como sujetos políticos en la implementación del Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corporación Sisma Mujer • Asociación Movimiento Feminista por la Paz Ruta Pacífica de las Mujeres • Corporación Casa de la Mujer
	<p>Jóvenes: Generar una gran movilización de jóvenes con entusiasmo y compromiso alrededor de la construcción y la visión de la Paz Territorial en Colombia.</p> <p>Proyecto seleccionado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Campaña para la activación de los jóvenes en la refrendación de los Acuerdos de paz y su implementación 	VICE MEDIA SAS -¡PACIFISTA!

	<p>Pueblos indígenas y comunidades afro: Generar y fortalecer el proceso de pedagogía con pueblos indígenas y comunidades afro, así como el alistamiento para la implementación desde estas poblaciones.</p> <p>Proyecto seleccionado:</p> <p>1. Atratiando, La Paz, una opción por la vida</p>	<p>Consejo Comunitario Mayor de la Asociación Campesina Integral del Atrato - COCOMACIA</p>
	<p>Víctimas del Conflicto: las víctimas se constituyan en actores centrales de la finalización del conflicto y de la implementación del Acuerdo, así como en líderes de los procesos de fortalecimiento institucional.</p> <p>Proyecto seleccionado:</p> <p>1. Pedagogía para la paz “Todos somos paz”</p>	<p>Fundación Existir para la paz, la Convivencia y la Justicia en Equidad. FUNDEXCO</p>
	<p>Comunidad LGBTI: Diseñar y poner en marcha una estrategia pedagógica de paz con la comunidad LGBTI en Colombia.</p> <p>Proyecto seleccionado:</p> <p>1. Estrategia de LGBT (comunicación y difusión pedagógica) de los Acuerdos de la Habana entre la población LGBT para su movilización como agentes de cambio en la finalización del conflicto, la implementación de los Acuerdos y la construcción de paz en Colombia.</p>	<p>Colombia Diversa</p>
	<p>Poblaciones en zonas afectadas por el conflicto: llevar a cabo ejercicios de diálogo con las comunidades de los territorios no solo hacer pedagogía del acuerdo de La Habana, sino también realizar discusiones sobre la forma de cómo éstos territorios se alistan para la construcción de la paz.</p> <p>Proyectos seleccionados:</p> <p>1. Común Acuerdo Conversaciones ciudadanas para la comprensión de los Acuerdos de Paz.</p> <p>2. Hacia los retos, oportunidades y expectativas de la implementación del Acuerdo final en las Zonas de Reserva Campesina.</p>	<p>Corporación Viva la Ciudadanía Asociación Nacional de Zonas de Reserva Campesina de Colombia – ANZORC</p>

Las organizaciones desplegaron al máximo su capacidad, logrando un cumplimiento técnico y financiero del 100%, en torno a la **“Estrategia de Pedagogía de los Acuerdos y Movilización para su Implementación con audiencias específicas y en territorios específicos”**. Luego del resultado del plebiscito y la polarización en la ciudadanía, se afectaron los planes de trabajo iniciales y se requirió el re direccionamiento de algunos énfasis en la construcción de los productos sin alterar en ningún caso el espíritu general de las iniciativas y el monto asignado a cada organización. Los 9 proyectos se reorientaron los días posteriores al resultado del plebiscito, luego de la realización de una reunión con la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, la Secretaria Técnica del MPTF y PNUD, donde se expusieron, aprobaron y potenciaron las actividades de forma diferente a las inicialmente planeadas, manteniendo estrecha coherencia con las actividades indicativas descritas en los términos de referencia:

- a) Informar de manera adecuada sobre el proceso de paz de La Habana, y el acuerdo final;
- b) Generar una reflexión informada en torno al papel de dichos sectores sociales en la refrendación e implementación del Acuerdo;
- c) Generar una reflexión informada en torno al papel del Estado en la implementación del Acuerdo;
- d) Impulsar el diseño y puesta en marcha de estrategias de difusión y réplica de la información que partan de las mismas audiencias y que generen apropiación del proceso de paz en nuevos sectores;
- e) Recoger insumos acerca de las oportunidades y retos para la implementación de dichos acuerdos desde los sectores

II. RESULTADOS

i) Informe Narrativo de los resultados:

Se reconoce que esta convocatoria, a pesar de los pocos meses (3 meses) que contó para su implementación, tuvo una importante contribución en cuanto a la cobertura en términos geográficos y poblacionales, contribuyendo de manera directa a la apropiación y al cuidado frente a un mensaje común en torno a la protección del contenido del acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.

Es importante resaltar que los resultados son de carácter indicativo, en tanto los indicadores generales para el efecto #8 aún están en construcción. Por esta razón, se examinaron cada uno de los 9 reportes presentados por las organizaciones, la propuesta desde el PNUD como Agente de Gestión, fue hacer una consolidación con la información disponible, considerando que el énfasis estuvo en la verificación de los productos aprobados.

Con el fin de tener claridades en la lectura, proponemos realizar las siguientes precisiones, frente a los momentos que tuvo la convocatoria y la forma en que agrupamos los resultados de acuerdo a los siguientes escenarios: **Formación, visibilización y movilización.**

Escenarios de formación

Las organizaciones se orientaron a revisar los lineamientos técnicos e identificar sus enlaces y facilitador@s para potenciar las convocatorias y contribuir a Informar de manera adecuada sobre el proceso de paz de La Habana, y el acuerdo final; así como a la construcción de los contenidos de los talleres de formación con enfoque diferencial, a partir de la adaptación de los mensajes y la definición de las estrategias de coordinación con las otras organizaciones; estos escenarios posibilitaron generar una reflexión informada en torno al papel de dichos sectores sociales en la refrendación e implementación del Acuerdo.

Sobre esta etapa, el común denominador, fue el valor de la **participación** de las audiencias en el proceso de concepción de los mensajes, la definición, construcción y validación de las estrategias pedagógicas, atendiendo sus características, necesidades e intereses en cada uno de los espacios que se propiciaron, así como en cada uno de los materiales que se produjeron. Cada una de las organizaciones que participaron en este proyecto priorizó el tema de talleres, conferencias o encuentros para socializar y explicar los acuerdos, según su audiencia. Sin embargo, este producto fue más fuerte entre la población de mujeres, víctimas y campesinos. Los principales resultados que se pueden enunciar de estas actividades son:

- **187 Talleres de Formación con Enfoque Poblacional**, más del 50% de estos espacios estuvieron dirigidos a mujeres.
- **Más de 18.000 personas** participaron directamente de una reflexión informada en torno a los contenidos del acuerdo final.
- **1 Encuentro nacional** campesino con delegados y delegadas de las Zonas de Reserva Campesinas.
- **10 seminarios**, y conferencias, en universidades para concientizar a la población LGBTI en cuanto a los acuerdos.
- Realización **8 foros regionales** para el análisis y la comprensión del Acuerdo Final, con visión territorial.

Audiencia Objetivo	No. de talleres	No de beneficiarios	Cobertura geográfica
Comunidades afro	2	200	Chocó y Antioquia
Comunidad LGBTI	10	-*	Bogotá, Pereira, Bucaramanga
Jóvenes	-	-*	Nacional
Víctimas del Conflicto	29	3.368	Cundinamarca
Mujeres	130	15.102	Bolívar, Antioquia, Putumayo, Valle, Chocó, Cauca, Eje Cafetero, Cundinamarca, Sucre, Tolima, Cesar, Santander, Atlántico, Córdoba, Huila, Meta, Nariño
Poblaciones en zonas afectadas por el conflicto	7	717	Cesar, Tolima, Nariño, Meta, Caquetá, Antioquia
Ciudadanía general	9	514	Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Pereira, Medellín, Neiva y Quibdó.
TOTAL	187	19.901	

*Es preciso aclarar que debido a que esta fue la primera convocatoria de la ventana de sociedad civil del Fondo, los reportes de cada una de las organizaciones contaron con distintos formatos e información, por lo cual en algunos casos no se tiene la información exacta de la población beneficiaria.

Es muy importante reconocer que la pertinencia de los participantes a estas organizaciones y comunidades, posibilitó no sólo poner en el escenario puntos de vista individuales, sino también temas y propuestas producto de reflexiones y construcciones colectivas por cada una de las audiencias. Es decir, se incluyeron y agendas generalizadas y decantadas que permiten decir que en este proceso han estado presentes representantes de la diversidad étnica, cultural, religiosa y de género.

Escenarios de visibilización

Se buscó situar la temática en la ciudadanía. Las organizaciones se orientaron a posicionar el tema, se tuvo un alcance de sensibilización, así mismo se impulsó el diseño y la puesta en marcha de estrategias de difusión y réplica de la información que partió de las mismas audiencias, lo que generó una alta consulta de la temática del proceso de paz en las redes sociales.

- En el caso los jóvenes, se implementó una campaña de activación en redes sociales, que logro cifras globales de cobertura de más de **6.000.000 de jóvenes** entre 18-35 años, incremento de la audiencia en las plataformas especializadas llegando a **200.000 usuarios** y **540 usuarios** de la plataforma a través de Facebook, twitter, Instagram y google analíticas.
- Las mujeres produjeron **10 contenidos digitales** especializados y se distribuyeron **60.000 ejemplares** con contenidos pedagógicos.
- Se realizó una Caravana acuática por el Medio Atrato sensibilizando a más de **25.000 personas** de Quibdó y de los 124 consejos comunitarios beneficiando especialmente la comunidad afrocolombiana.
- La comunidad LGBT logro conto más de **60.000 seguidores** en las redes sociales, a partir de la estrategia de comunicación **La Paz es Diversidad**.
- Se apoyó la realización del concierto **Un millón de mujeres por la paz**, donde participaron directamente más de **7000 mujeres** en la ciudad de Barranquilla.
- **3 Plataformas** creadas para difundir contenidos especializados y con enfoque diferencial.
- El papel de las mujeres fue determinante, se activaron más de **185 acciones públicas**, la primera claridad ante el resultado del plebiscito, fue la de continuar la implementación y la necesidad de seguir generando acciones conjuntas en favor de la construcción de paz, **potenciando el mensaje de protección al acuerdo final** a través de diversas estrategias como plantones, lunadas, salidas a los parques, a las plazas, al transporte urbano y sumarse a los campamentos y caminatas por la paz.

Haciendo un agregado del material de comunicaciones producido por todas las organizaciones, así como el número de personas a las que llegaron con estos materiales y por redes sociales, las siguientes son cifras aproximadas que reflejan esta incidencia:

Comunicaciones	No. Piezas impresas	No de beneficiarios	Cobertura geográfica
Material Impreso	308.392	308.392*	Nacional***
Material Digital	84	8.000.000**	
Redes Sociales	-		
Total	308.476	8.308.392	

*Cada organización reportó haber entregado el 100% del material impreso

**Valor aproximado según las cifras proporcionadas por las organizaciones, teniendo en cuenta que se cuentan en redes sociales como seguidores, personas que hacen "like" en Facebook o comparten virtualmente el material digital.

***En base a las zonas de incidencia de cada organización.

Transición post-plebiscito:

Luego del resultado del plebiscito y la polarización en la ciudadanía, afectaron la implementación y se requirió el re direccionamiento de algunos énfasis en la construcción de los productos. Los 9 proyectos se reorientaron a la fase de sostenimiento. Ante la desmotivación, los días posteriores al resultado del plebiscito, se potenciaron las actividades de forma diferente a las inicialmente planeadas, debido al riesgo latente que algunos puntos fuera retirada del contenido de los acuerdos.

Las acciones en el espacio público planeadas e implementadas por las organizaciones, fueron una actividad exitosa para fortalecer los liderazgos de las comunidades, su rol en la construcción de paz y vencer las desconfianzas y los miedos en las comunidades que dejó el conflicto armado.

Se realizaron diferentes tipos de muestras artísticas y eventos culturales tanto en tomas del espacio público como en marchas, eventos de paz al parque, se repartió 20.000 piezas de material promocional (calcomanías, termos, camisetas, banderas, volates) en torno al respeto y la reconciliación.

Escenarios de movilización

Luego de las acciones públicas se constituyó en un eje movilizador a favor de la reconciliación. El gran reto fue generar complementariedad en los esfuerzos con las organizaciones propiciando el trabajo en red y contribuyendo a establecer un vínculo más estrecho entre la ciudadanía y la comprensión acuerdo final.

El mayor logro de las movilizaciones es haber conseguido que los **puntos enfatizados por las audiencias objetivo no fueron eliminados de los Acuerdos de Paz**. De hecho, algunos de los materiales como cartillas y sitios web continúan vigentes a la fecha, dado que los acuerdos no fueron modificados sustancialmente.

Solamente en las marchas realizadas en la ciudad de Bogotá en el mes de Octubre de 2016, se calcula que participaron más de **200.000 personas** de todo el país, las organizaciones beneficiarias de esta convocatoria, fueron protagonistas en la coordinación y el liderazgo de las manifestaciones: Marcha del silencio por la paz, Marcha de las flores, Gran Marcha Colombia Pacifica, Paz a la Calle, Hay acuerdo, Hay Paz, Tenemos Acuerdo, La Paz se Moviliza y Firma Acuerdo de la Esperanza.

A partir de las movilizaciones, se evidenció la capacidad de incidencia de la **ciudadanía organizada**; ahora el gran desafío, es la continuación de la pedagogía más profunda para el entendimiento y adopción en la implementación de los acuerdos, así como la adopción de normas que requiere el acuerdo, que permitan una deliberación eficiente alrededor de los temas centrales como son reforma rural integral, apertura democrática, derechos de las víctimas, solución al problema de las drogas, fin del conflicto e implementación.

Retrasos en la ejecución, desafíos y lecciones aprendidas y mejores prácticas

El proceso de pedagogía de los acuerdos de paz se realizó en medio de una gran polarización política en el país sumada la escasa comprensión y desinformación de los acuerdos, ya que la participación de la sociedad civil en el marco de las negociaciones en la Habana fue limitada. Un proceso de pedagogía era necesario, pero se vio afectado por esta coyuntura.

Uno de los grandes desafíos en la implementación de este proyecto fueron los resultados del plebiscito. Aunque este proyecto no tenía un fin político de que ganara el "SI" o el "NO", y su objetivo básico, era de generar un conocimiento en distintas poblaciones sobre el Acuerdo Final y sus supuestos, los resultados del plebiscito, fueron una fuente de reflexión para entender qué tipo de pedagogía era necesaria, en qué lugares y qué tipo de población debía haberse incluido. El factor tiempo también fue un gran desafío para la implementación de las distintas organizaciones. Sólo contaron con pocas semanas para hacer sus actividades y en un escenario pre-plebiscito. Si se hubiera contado con más tiempo para planear y realizar las actividades, quizás el alcance hubiera sido diferente. Aunque las organizaciones tuvieron grandes logros en tan corto tiempo, la pregunta que se podría hacer es la relación cantidad versus calidad.

En este sentido, se logró llegar a un porcentaje representativo de la población con las distintas metodologías y estrategias de comunicación, pero no se tiene una forma de cualificar qué tanto la población se apropió y realmente entendió este proceso de pedagogía. No es suficiente decir que se llegó a un porcentaje de la población por haber visto una pieza mediática o por haber hecho click de “me gusta” o “compartir” en Facebook. Se entendió que un proceso de pedagogía es más uno a largo plazo. Podría ser interesante darle continuidad a través de una nueva convocatoria, una vez se haga una evaluación de resultados.

Adicionalmente, esta convocatoria tuvo un target poblacional muy claro que quizás no dio espacio para trabajar con otras poblaciones. Paradójicamente, las personas con la que se trabajó, generalmente fueron las más activas y las más interesadas en conocer bien los acuerdos, ya que han sido históricamente la más afectada por el conflicto. Faltó un mayor trabajo con otros ciudadanos, empresarios, la oposición y parte de estratos altos, por ejemplo. Una estrategia de pedagogía para el diálogo social con “improbables” requiere tener en cuenta el escenario de realidad así como la necesidad de generar acuerdos básicos que sean un “común denominador” como sociedad. Lo anterior implica la vinculación de diversos grupos de interés que, desde el re-conocimiento que tienen en sus propias comunidades, aporten a la divulgación, apropiación y movilización social desde sus competencias y atribuciones específicas. Por ejemplo: autoridades y líderes políticos, líderes sociales, líderes comunitarios, autoridades eclesiásticas de diversos credos, líderes de opinión en medios, autoridades militares y fuerza pública presente en la entidad territorial, organizaciones de tipo humanitario, autoridades étnicas, empresarios y administradores de lugares de alta afluencia. Con ellos como aliados estratégicos en los ámbitos local, regional y nacional se podrían desarrollar acciones de pedagogía diferenciales en el mediano, corto y largo plazo,

Sin embargo, dado el tiempo y el espacio, los proyectos lograron adaptarse a la nueva coyuntura y pudieron re-orientar sus estrategias. Una de las buenas prácticas en esta implementación fue justamente la capacidad de respuesta de cada una de las organizaciones en repensar su metodología y estrategias de trabajo a partir de los resultados del plebiscito. Todas entendieron que la necesidad de generar un mayor impacto en la pedagogía de paz era indispensable y el último mes de ejecución fue con nuevas metodologías y actividades acordes al contexto.

ii) Matriz de resultados del Proyecto

Título del programa: VENTANA NO GUBERNAMENTAL - <i>Ámbito Información, comunicación y relacionamiento</i>									
Efecto/Outcome del Fondo al cual el programa/proyecto contribuirá	<i>Efecto # 8: Comunicados de forma eficaz y transparente los acuerdos del fin del conflicto, los avances en su implementación, las dinámicas de construcción de paz y las situaciones de los territorios, reduciendo así el impacto de mensajes interesados y/o desestabilizadores y fomentando una cultura de paz y reconciliación.</i>								
Indicadores del Resultado del Fondo:	Áreas geográficas	Beneficiarios (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)				Información de línea de base ¹	Metas finales	Medios de verificación	Organización responsable
Nivel de cumplimiento de la convocatoria dirigida a entidades no gubernamentales seleccionadas para presentar iniciativas que apoyen el proyecto <i>“Pedagogía sobre el Acuerdo de Paz”</i> .	Nacional con énfasis en a las zonas afectadas por el conflicto armado y ciudades medianas y grandes.	Total					Alto nivel de escepticismo y desconocimiento generalizado de la población colombiana en general frente al acuerdo y sus contenidos.	La población colombiana en general conozca, comprenda, dialogue, se apropie, se movilice para la finalización del conflicto, la implementación del Acuerdo de la Habana y la construcción de Paz territorial.	MPTF OACP PNUD
		H	M	Na s	N os				
Sub-Resultado 1:	<i>“Estrategia de Pedagogía de los Acuerdos y Movilización para su Implementación con audiencias específicas y en territorios específicos”</i>								

¹ Si hay información de la línea de base disponible. Si no, provee una justificación.

Indicadores del sub-resultado 1 del Fondo	Áreas geográficas	Beneficiarios (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)		Información de línea de base	Metas finales	Medios de verificación	Organización responsable
		Hombres	Mujeres				
<p># de escenarios de formación, que permitan generar una reflexión informada en torno al papel de dichos sectores sociales en la refrendación e implementación del Acuerdo; Así como generar una reflexión informada en torno al papel del Estado en la implementación.</p> <p># de estrategias de visibilización y sensibilización en el marco de las iniciativas aprobadas en la Estrategia de Pedagogía de los Acuerdos de Paz Información y pedagogía.</p>	<p>Chocó y Antioquia, Cundinamarca, Bolívar, Putumayo, Valle, Cauca, Eje Cafetero, Sucre, Tolima, Cesar, Santander, Atlántico, Córdoba, Huila, Meta, Nariño, Cesar, Meta, Caquetá.</p> <p>Ciudades: Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Pereira, Medellín, Neiva y Quibdó.</p>	Total		<p>La limitación del tiempo en la convocatoria, no permitió establecer una línea de base, tampoco se contó con los indicadores de este efecto, ya que aún estaban por definir desde el manual operativo del MPTF.</p>	<p>Se implementaron las iniciativas seleccionadas por valor de Un millón de dólares. 9 de estrategias implementadas en torno la construcción de paz en Colombia.</p>	<p>Acta de selección de las iniciativas</p> <p>Ejecución financiera</p> <p>9 reportes finales</p> <p>Estrategias implementadas</p> <p>Registro fotográfico.</p>	<p>PNUD</p>
		200.000	300.000				
Producto 1.1²	Escenarios de formación con enfoque diferencial, a partir de la adaptación de los mensajes y que generen una reflexión informada en torno a los contenidos del acuerdo final.						
Indicadores de resultados inmediatos	Áreas geográficas	Beneficiarios (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)		Información de línea de base	Metas finales	Medios de verificación	Organización responsable

<p># de Escenario de formación con enfoque diferencial, a partir de la adaptación de los mensajes y la definición de las estrategias de coordinación con las otras organizaciones.</p>	<p><i>Chocó y Antioquia, Cundinamarca, Bolívar, Putumayo, Valle, Cauca, Eje Cafetero, Sucre, Tolima, Cesar, Santander, Atlántico, Córdoba, Huila, Meta, Nariño, Cesar, Meta, Caquetá.</i> <i>Ciudades: Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Pereira, Medellín, Neiva y Quibdó.</i></p>	<p>19.901</p>	<p>Durante las negociaciones se ha tenido el desafío de garantizar la participación directamente de las audiencias en una reflexión informada en torno a los contenidos del acuerdo final.</p>	<p>187 Talleres de Formación 18.000 personas 1 Encuentro nacional campesino 10 seminarios, y conferencias, población LGBTI en cuanto a los acuerdos. Realización 8 foros regionales con visión territorial.</p>	<p>Registro fotográfico Módulos de formación Listados de asistencia Contenidos adaptados a cada una de las audiencias.</p>	<p>Cocomacia, Colombia Diversa, Fundexco, Sisma Mujer, Viva la Ciudadanía, Casa de la Mujer, Ruta Pacifica de Mujeres y Anzorc</p>
<p>Producto 1.2</p>	<p>Escenarios de Visibilización a partir de acciones públicas y diseño y puesta en marcha de estrategias de difusión y réplica de la información a partir de las audiencias priorizadas.</p>					
<p>Indicadores inmediatos de resultados</p>	<p>Áreas geográficas</p>	<p>Beneficiarios (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)</p>	<p>Información de línea de base</p>	<p>Metas finales</p>	<p>Medios de verificación</p>	<p>Organización responsable</p>
<p># de acciones públicas y diseño y puesta en marcha de estrategias de difusión y réplica de la información que partió de las mismas audiencias.</p>	<p>Nacional</p>	<p>308.392*</p>	<p>La limitación del tiempo en la convocatoria, no permitió establecer una línea de base,</p>	<p>6.000.000 de jóvenes entre 18-35 años. Las mujeres produjeron 10 contenidos digitales se</p>	<p>Contenidos digitales, impresos Reportes de redes sociales</p>	<p>Cocomacia, Colombia Diversa, Pacifista!, Fundexco, Sisma Mujer, Viva la</p>

			<p>tampoco se contó con los indicadores de este efecto, ya que aún estaban por definir desde el manual operativo del MPTF.</p>	<p>distribuyeron 60.000 ejemplares. Caravana acuática por el Medio Atrato sensibilizando a más de 25.000 personas. La comunidad LGBT logro más de 60.000 seguidores en las redes sociales. Concierto Un millón de mujeres por la paz. 3 Plataformas creadas para difundir contenidos especializados y con enfoque diferencial.</p>	<p>Ejemplares impresos Reporte fotográfico.</p>	<p>Ciudadanía, Casa de la Mujer, Ruta Pacifica de Mujeres y Anzorc</p>
<p>Producto 1.3</p>	<p>Constituir un eje movilizador a favor de la reconciliación generando complementariedad en los esfuerzos con las organizaciones propiciando el trabajo en red y contribuyendo a establecer un vínculo más estrecho entre la ciudadanía y la comprensión acuerdo final.</p>					

Indicadores inmediatos de resultados	Áreas geográficas	Beneficiarios (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)	Información de línea de base	Metas finales	Medios de verificación	Organización responsable
<p># de movilizaciones donde se evidencie la capacidad de incidencia de la ciudadanía organizada en torno a la protección de los contenidos del Acuerdo Final.</p>	<p>Nacional</p>	<p>200.000 personas se movilizaron</p>	<p>La limitación del tiempo en la convocatoria, no permitió establecer una línea de base, tampoco se contó con los indicadores de este efecto, ya que aún estaban por definir desde el manual operativo del MPTF.</p>	<p>Se realizaron 8 marchas multitudinarias: Marcha del silencio por la paz Marcha de las flores Gran Marcha Colombia Pacífica Paz a la Calle Hay acuerdo, Hay Paz Tenemos Acuerdo La Paz se Moviliza Firma Acuerdo de la esperanza</p>	<p>Reportes medios de comunicación Registro fotográfico Declaraciones de los representantes sociales</p>	<p>Cocomacia, Colombia Diversa, Fundexco, Sisma Mujer, Viva la Ciudadanía, Casa de la Mujer, Ruta Pacífica de Mujeres y Anzorc</p>

iii) Una historia específica

Anexo en los reportes finales de las organizaciones

V. Recursos

Los proyectos mantuvieron la esencia de sus actividades y ejecutaron el 100% de los recursos asignados a cada una de las organizaciones, sin embargo, luego del resultado del plebiscito, se requirió aprobación por parte de la Secretaria Técnica del MPTF en cambios importantes en los productos de los proyectos de Fundexco y Anzorc, las otras 7 organizaciones no presentaron cambios superiores al 15%.

Payee Name (Vendor Name)	Suma de USD Amount
CORPORACION VIVA LA CIUDADANIA	147,844.25
ASOCIACION MOVIMIENTO FEMINISTA POR LA	145,103.97
PROYECTO COLOMBIA DIVERSA	58,292.73
CONSEJO COMUNITARIO MAYOR DE LA ACIA	76,140.80
CORPORACION CASA DE LA MUJER	149,368.95
VICE MEDIA COLOMBIA SAS	149,380.86
CORPORACION SISMA MUJER	149,368.95
ASOCIACION NACIONAL DE ZONAS DE RESERVA	130,535.25
FUNDACION EXISTIR PARA LA PAZ LA	146,125.49
	1,152,161.25
GMS	34,564.84
TOTAL	1,186,726.09

Reporte a donante

	PROJECT				Future expenses		Receivable	Available Resources
	Opening Balance	Contribution Revenue	Other Revenue	Expenses	Closing Balance	Commitments		
Output 100904	-	1.210.537,00	-	1.186.726,09	23.810,91	-	-	23.810,91
Total	-	1.210.537,00	-	1.186.726,09	23.810,91	-	-	23.810,91