

**DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES TÉCNICAS INHERENTES A LA  
EJECUCIÓN DEL PROYECTO "FORTALECIMIENTO DE LAS  
HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN CARTOGRÁFICAS Y  
TECNOLÓGICAS PARA EL DISTRITO DE BUENAVENTURA -  
DEPARTAMENTO DE VALLE DEL CAUCA" IDENTIFICADO CON EL  
CÓDIGO BPIN 2022761090121**

**ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN  
DEL PROYECTO**

**CONTRATO CP-PR-2023-088 CELEBRADO ENTRE ALIANZA PUBLICA  
PARA EL DESARROLLO INTEGRAL -ALDESARROLLO Y  
GEOMATICA MONCALEANO SÁENZ S.A.S.**

**MAYO  
2023**



## Tabla de Contenido

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>GLOSARIO .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b>INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>3</b> | <b>OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN .....</b>       | <b>6</b>  |
| <b>4</b> | <b>IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS FOCALES Y SEGMENTACIÓN DE INTERESADOS..</b> | <b>7</b>  |
| <b>5</b> | <b>ANÁLISIS DE CANALES DE COMUNICACIÓN .....</b>                            | <b>8</b>  |
| <b>6</b> | <b>PLAN DE COMUNICACIÓN .....</b>   | <b>10</b> |
| <b>7</b> | <b>EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA .....</b>                                   | <b>11</b> |
| <b>8</b> | <b>PRODUCTOS .....</b>  | <b>14</b> |

## 1 GLOSARIO

**Boletines electrónicos:** Correos electrónicos periódicos enviados a los interesados registrados, que contienen información actualizada sobre el proyecto y oportunidades de participación.

**Canales de comunicación:** Medios a través de los cuales se transmitirá la información a los interesados, como correo electrónico, redes sociales, sitios web, reuniones presenciales, entre otros.

**Cartografía y visualizaciones geoespaciales:** Herramientas utilizadas para representar información geográfica y datos relacionados con el proyecto de manera visual y comprensible.

**Comunicación bidireccional:** Enfoque de comunicación que fomenta el diálogo y la interacción entre el emisor y el receptor, permitiendo un intercambio de información y opiniones en ambas direcciones.

**Comunicación externa:** Interacción comunicativa con los interesados externos al proyecto, como la comunidad local, socios, organizaciones gubernamentales y otros actores relevantes.

**Comunicación interna:** Proceso de comunicación que se produce dentro de la organización o equipo de proyecto, asegurando una coordinación efectiva y una alineación en los mensajes y acciones.

**Documentos informativos:** Materiales que contienen información detallada sobre el proyecto, sus objetivos, alcance, actividades planificadas y beneficios esperados.

**Estrategia de información y comunicación:** Plan detallado que establece cómo se implementará la comunicación y difusión de información relevante en un proyecto.

**Evaluación de impacto:** Análisis sistemático y medición de los efectos y resultados alcanzados por la estrategia de información y comunicación, con el objetivo de determinar su efectividad y realizar ajustes si es necesario.

**Evaluación de satisfacción:** Medición del nivel de satisfacción de los interesados con respecto a la calidad, pertinencia y efectividad de la comunicación y la información proporcionada durante el proyecto.



**Eventos y talleres:** Reuniones organizadas para brindar información, responder preguntas y fomentar la participación de los interesados.

**Folletos y brochures:** Materiales impresos que resumen de manera concisa y visualmente atractiva la información más relevante del proyecto.

**Indicadores clave de desempeño (KPI):** Medidas utilizadas para evaluar el éxito o el rendimiento de la estrategia de comunicación, como alcance, participación, interacción, etc.

**Informes de progreso y resultados:** Documentos que resumen los avances, logros y resultados obtenidos durante el proyecto.

**Informes de rendición de cuentas:** Documentos que detallan el progreso, los resultados y la utilización de los recursos relacionados con la estrategia de información y comunicación, con el propósito de brindar transparencia y responsabilidad.

**Interesados:** Individuos, grupos u organizaciones que tienen un interés directo o indirecto en el proyecto y se verán afectados por sus resultados.

**Materiales de capacitación:** Recursos desarrollados para facilitar la comprensión y el uso de las herramientas y conceptos relacionados con el proyecto.

**Mensajes clave:** Ideas o conceptos principales que se desean transmitir a los interesados, resaltando los aspectos más importantes y relevantes del proyecto.

**Monitoreo:** Proceso de seguimiento continuo de la implementación de la estrategia de información y comunicación, para asegurar que se cumplan los objetivos y ajustar las acciones según sea necesario.

**Participación:** Involucramiento activo de los interesados en el proceso de comunicación y toma de decisiones, brindándoles la oportunidad de contribuir, expresar sus puntos de vista y participar en actividades relacionadas con el proyecto.

**Plan de contingencia:** Plan alternativo diseñado para manejar situaciones imprevistas o crisis de comunicación que puedan surgir durante el proyecto, permitiendo una respuesta rápida y efectiva.

**Presentaciones y materiales audiovisuales:** Recursos visuales, como videos o diapositivas, utilizados para transmitir información de manera efectiva.

**Redes sociales:** Plataformas en línea, como Facebook, Twitter e Instagram, utilizadas para difundir información, interactuar con los interesados y promover la participación.

**Retroalimentación:** Proceso de recibir comentarios, opiniones y sugerencias de los interesados sobre la estrategia de comunicación y el proyecto en general, con el fin de mejorar y ajustar en consecuencia.

**Segmentación de interesados:** Proceso de identificar y categorizar a los interesados en grupos específicos con características y necesidades similares, para adaptar la comunicación y asegurar una mayor efectividad.

**Sitio web del proyecto:** Plataforma en línea dedicada al proyecto, donde se publican noticias, actualizaciones y documentos relevantes.

## 2 INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo establecer la estrategia de información y comunicación para el proyecto de fortalecimiento de las herramientas de planificación cartográfica y tecnológicas para el Distrito de Buenaventura. En un mundo cada vez más interconectado y dependiente de la información, resulta fundamental contar con una estrategia sólida en estos aspectos, que permita maximizar los beneficios y alcance del proyecto.

La implementación de una estrategia integral de información y comunicación resulta crucial para garantizar la difusión efectiva de información relevante, la gestión de las comunicaciones y, en última instancia, el logro de los objetivos del proyecto. A través de una cuidadosa planificación y uso estratégico de los medios, canales y enfoques de comunicación, se podrá alcanzar a los diferentes grupos focales previamente identificados y mantener una comunicación fluida y transparente durante todo el desarrollo del proyecto.

La estrategia de información y comunicación abarcará diversos aspectos clave. En primer lugar, se identificarán los medios de comunicación más adecuados para llegar a los diferentes públicos objetivo, teniendo en cuenta las características y preferencias de cada uno. Esto puede incluir la utilización de medios tradicionales, como radio, así como medios digitales, como redes sociales.

Además, se determinarán los canales de comunicación más eficientes para difundir la información de manera oportuna y efectiva. Esto puede incluir la organización de reuniones, talleres y eventos para la presentación y discusión de avances y resultados del proyecto, así como el uso de boletines informativos, correos electrónicos y plataformas de colaboración en línea.

Asimismo, se establecerán los enfoques de comunicación que permitan transmitir los mensajes clave de manera clara y comprensible para los diferentes públicos. Esto implica adaptar el lenguaje y el formato de la información, utilizando términos accesibles y ejemplos prácticos que faciliten su comprensión. Además, se promoverá la participación de los beneficiarios del proyecto, fomentando el diálogo y la retroalimentación periódica.

La estrategia de información y comunicación se desarrollará en estrecha colaboración con todas las partes interesadas involucradas en el proyecto, incluyendo a los responsables de la planificación cartográfica y tecnológica, así como a los beneficiarios y a la comunidad en general. Esto permitirá garantizar la relevancia y pertinencia de la estrategia, así como obtener aportes y sugerencias valiosas que contribuyan a su mejora continua.

En resumen, la estrategia de información y comunicación para el proyecto de fortalecimiento de las herramientas de planificación cartográficas y tecnológicas para el Distrito de Buenaventura será fundamental para asegurar la difusión efectiva de información relevante, gestionar las comunicaciones de manera eficiente y lograr los objetivos del proyecto. Mediante el uso estratégico de medios, canales y enfoques de comunicación adecuados, se promoverá una comunicación fluida y transparente, fortaleciendo así el impacto y la sostenibilidad del proyecto en beneficio de la comunidad.

### **3 OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

En esta sección, se establecerán los objetivos principales de la estrategia de información y comunicación del proyecto. Estos objetivos incluyen.

1. Garantizar una comunicación clara y efectiva con todos los interesados involucrados en el proyecto.
2. Identificación de los grupos focales y segmentación de interesados.

3. Mantener informados a los interesados sobre el progreso del proyecto, logros y desafíos.
4. Generar un flujo constante de información y retroalimentación entre el equipo del proyecto y los interesados.
5. Mitigar y gestionar los riesgos de comunicación, como la falta de información o malentendidos.

#### **4 IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS FOCALES Y SEGMENTACIÓN DE INTERESADOS**

En esta sección, se llevará a cabo la identificación exhaustiva de los grupos focales y la segmentación de los interesados clave del proyecto. Es fundamental tener claridad sobre quiénes son las personas, grupos u organizaciones que estarán directamente involucrados o se verán afectados por el proyecto, ya que su participación y su satisfacción son elementos fundamentales para el éxito de este.

Para identificar los grupos focales, se realizará un análisis detallado de los diferentes actores que pueden tener un interés en el proyecto. Esto incluirá tanto a los individuos como a las organizaciones que podrían ser beneficiarios, colaboradores, o que tengan algún tipo de influencia sobre el proyecto. Entre los grupos focales comunes pueden encontrarse representantes del gobierno local, líderes comunitarios, expertos en cartografía y tecnología, usuarios potenciales de las herramientas desarrolladas, organizaciones no gubernamentales y otros actores relevantes en el contexto específico del Distrito de Buenaventura.

Una vez identificados los grupos focales, se procederá a realizar una segmentación de los interesados. Esto implica clasificar a los distintos grupos de acuerdo con sus características, necesidades y expectativas específicas con respecto al proyecto. La segmentación permitirá diseñar estrategias de comunicación y participación más efectivas, adaptadas a cada grupo de interesados.

Es importante destacar que la segmentación no se basa únicamente en criterios demográficos, sino que también se tendrán en cuenta aspectos socioeconómicos,

culturales, geográficos y políticos, entre otros. Esto garantizará una comprensión más completa de las diferentes perspectivas y prioridades de los interesados, lo cual será fundamental para establecer una comunicación y participación efectiva con ellos.

Además, se establecerá un enfoque inclusivo y participativo para involucrar a los grupos focales y segmentados en el proceso de toma de decisiones. Se promoverá la apertura al diálogo, la consulta y la retroalimentación constante, permitiendo que los interesados aporten sus conocimientos, experiencias y opiniones. Esto no solo fortalecerá la calidad de las decisiones tomadas, sino que también fomentará un sentido de propiedad y compromiso por parte de los interesados, lo cual es crucial para el éxito y la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

En resumen, la identificación de los grupos focales y la segmentación de interesados es una etapa fundamental en el proceso de planificación del proyecto. Este análisis exhaustivo nos permitirá comprender mejor quiénes son los actores clave y cómo sus necesidades y expectativas pueden influir en el desarrollo del proyecto. Además, nos proporcionará la base para diseñar estrategias de comunicación y participación adaptadas a cada grupo de interesados, promoviendo así la colaboración, la transparencia y el éxito conjunto del proyecto en el Distrito de Buenaventura.

Algunos ejemplos de interesados pueden ser:

1. Patrocinadores del proyecto.
2. Clientes o usuarios finales.
3. Equipo de gestión del proyecto.
4. Miembros del equipo del proyecto.
5. Socios o colaboradores externos.
6. Organizaciones gubernamentales o reguladoras.

## **5 ANÁLISIS DE CANALES DE COMUNICACIÓN**

En esta sección, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los diferentes canales de comunicación disponibles y se determinarán aquellos más adecuados para alcanzar a cada uno de los interesados identificados en el proyecto. La selección de los canales de



comunicación adecuados es esencial para garantizar una difusión efectiva de la información, maximizar el alcance y asegurar que el mensaje llegue de manera clara y oportuna a los destinatarios correctos.

Para realizar el análisis de los canales de comunicación, se considerarán diversos aspectos. En primer lugar, se evaluará la naturaleza de la información que se desea transmitir, así como las características de los diferentes grupos de interesados. Esto permitirá determinar si se trata de información general, técnica o especializada, y si es necesario adaptarla a un lenguaje o formato específico para garantizar su comprensión y accesibilidad.

Además, se analizará la disponibilidad y accesibilidad de los canales de comunicación en el contexto del Distrito de Buenaventura. Esto incluirá la evaluación de los medios tradicionales, como prensa, radio y televisión, así como los medios digitales, como redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles y plataformas de mensajería. Se tendrán en cuenta factores como la cobertura geográfica, el nivel de penetración, la audiencia objetivo y las preferencias de uso de cada canal.

También se considerará la interactividad y capacidad de retroalimentación que ofrecen los canales de comunicación. Es importante contar con canales que permitan una comunicación bidireccional, facilitando la participación de los interesados, el intercambio de ideas y la recepción de comentarios y sugerencias. Esto fortalecerá la relación con los destinatarios de la información y fomentará una mayor involucración y compromiso por parte de ellos.

Asimismo, se evaluará la viabilidad económica de cada canal de comunicación, teniendo en cuenta los recursos disponibles para el proyecto. Algunos canales pueden requerir inversiones significativas, mientras que otros pueden ser más accesibles desde el punto de vista económico. Se buscará un equilibrio entre la efectividad y la eficiencia, priorizando aquellos canales que ofrezcan una buena relación costo-beneficio y que se ajusten al presupuesto del proyecto.

Una vez realizado el análisis de los canales de comunicación, se procederá a la selección de aquellos más adecuados para alcanzar a cada grupo de interesados. Es posible que se requiera la combinación de varios canales para abarcar a todos los destinatarios de la información de manera efectiva. Se establecerá un plan de comunicación detallado, que incluirá la frecuencia, el contenido y los medios a utilizar en cada canal, asegurando una difusión coherente y consistente de la información a lo largo del proyecto.

Algunos canales de comunicación comunes incluyen:

1. Correo electrónico.
2. Reuniones presenciales.
3. Llamadas telefónicas.
4. Plataformas de colaboración en línea.
5. Redes sociales.
6. Boletines informativos o reportes periódicos.

## **6 PLAN DE COMUNICACIÓN**

En esta sección, se desarrollará un plan detallado que describa cómo se implementará la estrategia de información y comunicación diseñada para el proyecto. El plan de comunicación servirá como una guía práctica que establecerá las acciones específicas, los plazos, los responsables y los recursos necesarios para llevar a cabo una comunicación efectiva a lo largo de todo el desarrollo del proyecto.

El plan de comunicación se estructurará en diferentes etapas y actividades, que se adaptarán a las necesidades y características del proyecto en el Distrito de Buenaventura. A continuación, se describen algunos elementos clave que se incluirán en el plan:

1. Definición de objetivos de comunicación: Se establecerán los objetivos claros y específicos que se pretenden lograr a través de la comunicación en el proyecto. Estos objetivos pueden incluir la difusión de información relevante sobre el proyecto, la generación de conciencia y apoyo de la comunidad, la promoción de la participación activa de los interesados, entre otros.
2. Identificación de audiencias clave: Se listarán y describirán detalladamente las audiencias clave del proyecto, es decir, los grupos de personas o organizaciones a los que se dirigirá la comunicación. Cada audiencia puede tener diferentes necesidades, intereses y preferencias, por lo que se adaptarán los mensajes y los canales de comunicación según corresponda.

3. Selección de canales de comunicación: Se determinarán los canales de comunicación más adecuados para alcanzar a cada audiencia identificada. Esto incluirá la utilización de medios tradicionales, como prensa, radio y televisión, así como medios digitales, como redes sociales, páginas web, blogs y boletines electrónicos. Se establecerá una combinación estratégica de canales que permita maximizar el alcance y la efectividad de la comunicación.
4. Creación de contenidos: Se definirán los mensajes clave que se transmitirán a cada audiencia, adaptando el lenguaje y el formato de acuerdo con sus características y necesidades. Se elaborarán materiales y contenidos relevantes, claros y atractivos, que promuevan la comprensión y la participación de los destinatarios. Esto puede incluir documentos informativos, infografías, videos, testimonios, entre otros.
5. Establecimiento de un calendario de comunicación: Se establecerá un calendario detallado que indique las fechas y los plazos para la realización de las actividades de comunicación. Esto permitirá organizar y coordinar de manera efectiva la difusión de la información a lo largo del proyecto, evitando retrasos o solapamientos.
6. Asignación de responsabilidades: Se designarán los responsables de cada actividad de comunicación, asegurando que haya claridad sobre quién llevará a cabo cada tarea y quién será el punto de contacto principal para la comunicación. Esto permitirá una coordinación eficiente y una respuesta rápida ante cualquier requerimiento o consulta.
7. Evaluación y seguimiento: Se establecerán mecanismos de evaluación y seguimiento para medir la efectividad de las acciones de comunicación y realizar ajustes en caso necesario. Se podrán utilizar encuestas, entrevistas, métricas de redes sociales, entre otros, para recopilar retroalimentación y obtener información sobre

## **7 EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA**

En esta sección, se describirá detalladamente cómo se llevará a cabo la evaluación de la estrategia de información y comunicación implementada en el proyecto, así como los mecanismos para realizar mejoras continuas en base a los resultados obtenidos. La

evaluación y la mejora continua son elementos esenciales para asegurar la efectividad de la estrategia y maximizar su impacto en el proyecto.

Para llevar a cabo la evaluación, se establecerán indicadores clave de desempeño (KPI, por sus siglas en inglés) que permitan medir los resultados de la estrategia de comunicación. Estos indicadores pueden incluir métricas cuantitativas, como el alcance de la difusión, el número de participantes en actividades de comunicación, la interacción en redes sociales, entre otros. También se podrán utilizar métricas cualitativas, como la satisfacción de los interesados, la percepción de la información transmitida y la calidad de la participación.

Además de los indicadores, se diseñarán herramientas y métodos para recopilar datos y realizar evaluaciones periódicas. Estas herramientas pueden incluir encuestas, entrevistas, grupos focales, análisis de redes sociales y seguimiento de la participación en actividades específicas. La información recolectada se analizará y se comparará con los objetivos establecidos en la estrategia de comunicación, identificando posibles brechas y áreas de mejora.

Con base en los resultados de la evaluación, se llevarán a cabo acciones de mejora continua. Esto implica tomar las medidas necesarias para ajustar y optimizar la estrategia de comunicación con el fin de lograr mejores resultados y superar los desafíos identificados. Algunas acciones de mejora pueden incluir:

1. Ajustes en los mensajes y contenidos: Si se identifica una falta de comprensión o interés por parte de los interesados, se podrán realizar modificaciones en los mensajes y contenidos para hacerlos más claros, relevantes y atractivos.
2. Modificación de canales de comunicación: Si se determina que ciertos canales no están llegando efectivamente a los interesados o no generan la respuesta esperada, se podrán realizar cambios en la selección de canales, incorporando nuevos canales o ajustando la estrategia de uso de los existentes.
3. Reforzamiento de la participación: Si se observa una baja participación de los interesados en las actividades de comunicación, se podrán implementar medidas para fomentar una mayor interacción y colaboración, como la organización de eventos presenciales o la incentivación de la retroalimentación.
4. Capacitación y fortalecimiento de capacidades: Si se identifican necesidades de capacitación en el uso de herramientas o en la comunicación efectiva, se podrán



brindar sesiones de capacitación o desarrollar materiales de apoyo para mejorar las habilidades y competencias de los actores involucrados.

5. Análisis de buenas prácticas: Se realizará un análisis de buenas prácticas en comunicación de proyectos similares o en el ámbito de interés del proyecto, con el objetivo de identificar ideas y enfoques exitosos que puedan ser adaptados y aplicados en la estrategia de comunicación.

Es importante destacar que la evaluación y mejora continua deben ser procesos iterativos y periódicos a lo largo de todo el proyecto. Se establecerán momentos específicos para realizar evaluaciones, como hitos clave del proyecto o etapas de implementación, y se asignarán responsables para llevar a cabo estas revisiones de manera sistemática.

Además, se fomentará la participación de los interesados en el proceso de evaluación y mejora continua. Se les brindará la oportunidad de expresar sus opiniones, sugerencias y preocupaciones sobre la estrategia de comunicación. Esto puede realizarse a través de encuestas, sesiones de retroalimentación, grupos de discusión o cualquier otro mecanismo que promueva la participación y el diálogo abierto.

A partir de los resultados de las evaluaciones y las contribuciones de los interesados, se generarán informes y se documentarán las lecciones aprendidas. Estos informes servirán como base para la toma de decisiones informadas y la implementación de mejoras en la estrategia de comunicación.

Es importante destacar que la evaluación y mejora continua no se limitan únicamente a la estrategia de comunicación, sino que también se extienden a los resultados y objetivos generales del proyecto. La retroalimentación recibida a través de los canales de comunicación y las evaluaciones de la estrategia pueden proporcionar información valiosa para ajustar y mejorar otras áreas del proyecto, lo que contribuirá al éxito global de la iniciativa.

## 8 PRODUCTOS

La estrategia de información y comunicación para el proyecto de fortalecimiento de las herramientas de planificación cartográficas y tecnológicas para el Distrito de Buenaventura puede incluir una variedad de productos que se utilizarán para difundir información relevante y promover la participación de los interesados. Algunos ejemplos de productos que podrían formar parte de la estrategia son:

1. Documentos informativos: Se elaborarán documentos que contengan información detallada sobre el proyecto, sus objetivos, alcance, actividades planificadas y beneficios esperados. Estos documentos pueden ser distribuidos a los interesados clave, autoridades locales, organizaciones y cualquier otra persona o entidad que pueda estar involucrada o interesada en el proyecto.
2. Folletos y brochures: Se diseñarán folletos y brochures impresos que resuman de manera concisa y visualmente atractiva la información más relevante del proyecto. Estos materiales pueden ser distribuidos en eventos, reuniones comunitarias, oficinas gubernamentales y otros espacios donde se pueda alcanzar a los interesados.
3. Presentaciones y materiales audiovisuales: Se prepararán presentaciones y materiales audiovisuales, como videos o diapositivas, que ayuden a comunicar de manera efectiva los aspectos clave del proyecto. Estos recursos se pueden utilizar en talleres, charlas informativas, reuniones públicas y otros eventos donde se desee transmitir información de manera visual y atractiva.
4. Sitio web del proyecto: Se creará un sitio web dedicado al proyecto donde se publicarán noticias, actualizaciones, documentos relevantes y otros recursos informativos. El sitio web servirá como un punto de referencia central para que los interesados obtengan información actualizada sobre el proyecto y se comuniquen con el equipo responsable.
5. Redes sociales: Se establecerán perfiles en redes sociales (por ejemplo, Facebook, Twitter, Instagram) para difundir información sobre el proyecto y fomentar la participación de la comunidad. Las redes sociales se utilizarán para compartir noticias, eventos, logros, imágenes y promover la interacción con los interesados, permitiendo la retroalimentación y el intercambio de ideas.
6. Boletines electrónicos: Se enviarán boletines electrónicos periódicos a los interesados registrados, donde se proporcionará información actualizada sobre el progreso del proyecto, próximas actividades, oportunidades de participación y



otros temas relevantes. Los boletines electrónicos ayudarán a mantener a los interesados informados de manera regular y continua.

7. Eventos y talleres: Se organizarán eventos y talleres informativos donde se brindará la oportunidad de interactuar directamente con los interesados, responder preguntas, recopilar opiniones y generar un diálogo constructivo. Estos eventos pueden incluir presentaciones, sesiones de capacitación, demostraciones de herramientas y actividades prácticas relacionadas con el proyecto.

Es importante adaptar los productos de comunicación a las necesidades y características de los interesados, asegurándose de utilizar un lenguaje claro y accesible, y considerando la diversidad cultural y lingüística del Distrito de Buenaventura. Además, es fundamental evaluar periódicamente la efectividad de los productos de comunicación y realizar ajustes si es necesario para garantizar una difusión adecuada de la información y alcanzar los objetivos de la estrategia de comunicación.

8. Cartografía y visualizaciones geoespaciales: Se utilizarán herramientas de cartografía y visualización para representar de manera clara y comprensible la información geográfica y los datos relacionados con el proyecto. Estos productos permitirán visualizar de forma interactiva los avances, resultados y aspectos relevantes del proyecto en mapas, gráficos y otros formatos visuales.
9. Foros de discusión y espacios de participación: Se establecerán espacios virtuales o presenciales donde los interesados puedan participar en discusiones, compartir ideas, plantear preguntas y expresar sus opiniones. Estos foros de discusión promoverán un diálogo abierto y facilitarán la participación de la comunidad en el desarrollo del proyecto.
10. Informes de progreso y resultados: Se elaborarán informes periódicos que resuman los avances, logros y resultados obtenidos durante el proyecto. Estos informes brindarán una visión general del estado del proyecto, destacarán los hitos alcanzados, evaluarán el impacto y proporcionarán información relevante para los interesados y otras partes interesadas.
11. Materiales de capacitación: Se desarrollarán materiales de capacitación y guías prácticas para facilitar la comprensión y el uso de las herramientas de planificación cartográficas y tecnológicas. Estos materiales ayudarán a los interesados a adquirir las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las herramientas y contribuir activamente al proyecto.



Es fundamental que todos estos productos de comunicación sean coherentes en su estilo, mensaje y diseño, para mantener una identidad visual y una imagen de marca reconocible. Además, es necesario garantizar la accesibilidad de los productos, considerando la diversidad de audiencias y asegurándose de que la información sea comprensible y esté disponible en diferentes formatos y canales según sea necesario.

En resumen, los productos de la estrategia de información y comunicación pueden abarcar una amplia gama de formatos, desde materiales impresos y digitales hasta eventos interactivos y herramientas de visualización. El objetivo principal es garantizar una difusión efectiva de la información relevante, fomentar la participación de los interesados y crear un canal bidireccional de comunicación que contribuya al éxito del proyecto de fortalecimiento de las herramientas de planificación cartográficas y tecnológicas en el Distrito de Buenaventura.

| Versión | Fecha Acción | Tipo de Modificación | Modificaciones | Elaboró                    | Revisó            | Aprobó            |
|---------|--------------|----------------------|----------------|----------------------------|-------------------|-------------------|
| 01      | Mayo 2023    | TI                   | Creación       | Equipo Dirección proyectos | Director Proyecto | Director Proyecto |
|         |              |                      |                |                            |                   |                   |

\* TI-Texto Incluido, TE-Texto Eliminado, TM-Texto Modificado, TC-Texto Corregido, Ninguno