



INFORME DE GESTIÓN 2021.

MOVILIZATORIO
Conectando para el cambio



Para una mejor lectura gira la pantalla horizontalmente

“

Conectar la voz de quienes no tienen voz con tomadores y tomadoras de decisión, impulsando soluciones a diferentes problemáticas sociales a través del trabajo colaborativo y la participación ciudadana, para la transformación social.

”



DATOS DE IMPACTO 2021

17 proyectos en 2021

más de **125 mil** avispas

más de **12 millones** de personas

12 Campañas realizadas

más de **35 países**

+100 alianzas con otras organizaciones

+ 80% del equipo conformado por mujeres. **7** miembros de la comunidad LGBTQ+, **3** nacionalidades, **2** personas afrodescendientes, **3** personas con discapacidad y **4** víctimas del conflicto armado.



01

Pg. 2

02

Pg. 4

03

Pg. 6

04

Pg. 10

05

Pg. 16

06

Pg. 18

07

Pg. 38

08

Pg. 40

09

Pg. 134

10

Pg. 136

11

Pg. 140

12

Pg. 144

13

Pg. 146

INDICE



El año 2021 fue un año con enormes desafíos para la participación ciudadana y la movilización social como resultado de las tensiones entre las y los colombianos y las autoridades en toda la región latinoamericana y un claro ejemplo de ello fue el Paro Nacional en Colombia. El diagnóstico en su momento fue el de un gobierno con poca voluntad de diálogo y una ciudadanía desconfiada de las instituciones y los mecanismos que estas han creado para su participación en el debate público de la nación.

Sin embargo, al mismo tiempo que estos desafíos se hacían evidentes, lo hacía también la importancia de una ciudadanía crítica y activa. En el imaginario colectivo latinoamericano estuvo hasta hace muy poco arraigada la idea de una ciudadanía lejana e indiferente a las realidades de sus países, imagen que no hacía más que reforzarse cuando se pensaba en las generaciones más jóvenes y en su apatía por el futuro político de sus sociedades.

Durante estas movilizaciones vimos el esfuerzo de la ciudadanía que se manifestó por un deseo de un futuro mejor, llevando la democracia a las calles, con jóvenes que reclamaban por cambios estructurales en materia de reducción de la pobreza y las desigualdades,

CARTA DE LA DIRECTORA

Durante estas movilizaciones vimos el esfuerzo de la ciudadanía que se manifestó por un deseo de un futuro mejor.

cambio climático, equidad de género, e inclusión efectiva de las minorías, asuntos que han ganado relevancia en la agenda social de los últimos años, desde la firma de los acuerdos de paz en 2016.

Este proceso de apertura y maduración democrática, sin embargo, revelaron una división muy profunda entre los ciudadanos. Esto se vio reflejado en una ausencia de liderazgos en todo nivel, tanto de parte del gobierno como de los promotores del paro, situación que hizo muy difícil articular las demandas de la ciudadanía y derivó en una situación de crisis en la que vimos bloqueos, manifestaciones violentas y graves violaciones a los derechos humanos en la represión policial.

A todo ello se sumó una clara precariedad por parte de los organismos de control que se vieron incapaces de mediar en la situación por su excesiva cercanía con el Gobierno, lo que terminó de fracturar la confianza en las instituciones y ha impulsado los deseos de parte y parte de una salida autoritaria, lo que podría debilitar aún más la frágil democracia colombiana, que tiene ahora el desafío de crear nuevos espacios de participación efec-

tivos para esta ciudadanía activa, pero sobre todo de garantizar el ejercicio con garantías de los derechos de la libertad de expresión y reunión, entre otros.

En consecuencia hoy más que nunca se hace necesario encontrar formas pacíficas y eficaces de interacción y participación entre la ciudadanía y tomadores de decisión para que respondan a las demandas que vimos en las calles.

En MOVILIZATORIO hemos tenido la oportunidad, desde nuestra fundación en 2016, de entender, escuchar y analizar los procesos de transformación social de la ciudadanía. En estos 5 años, gracias al liderazgo y experiencia de nuestros equipos de trabajo hemos construido y madurado aprendizajes y conocimientos alrededor de lo que implica el ejercicio de la participación ciudadana por medio de metodologías que nos permiten conectar esas voces con las instituciones en busca de herramientas para la innovación social a través del uso de nuevas tecnologías, la creación de alianzas estratégicas y la construcción de puentes de comunicación.

La tarea no puede ser más actual y pertinente, si además tenemos en cuenta que de acuerdo con el DANE más de la mitad de las y los colombianos se declararon “muy insatisfechos” frente a la manera en la que funciona la democracia nacional y consideraron además que el país es “medianamente democrático”. Este mismo panorama se contrasta con la insatisfacción de aproximadamente el 43% de la población latinoamericana con la democracia como régimen de gobierno, según el informe del Barómetro de las Américas 2021.

Es por eso que en MOVILIZATORIO hemos centrado nuestro trabajo en el fortalecimiento del liderazgo, la



creación de conocimiento y la movilización en causas que están alineadas a esta nueva agenda nacional como el cuidado ambiental y el empoderamiento de las comunidades indígenas; el mejoramiento de la educación, el cuidado y la protección de la niñez; el fortalecimiento de la participación ciudadana; la protección, visibilidad y posicionamiento de los liderazgos sociales; la paz y la reconciliación; y la construcción de una sociedad mejor informada, menos polarizada y más incluyente con las personas migrantes.

En línea con estas causas, nos hemos propuesto incentivar y promover un mayor involucramiento de la ciudadanía en los procesos políticos y de toma de decisiones. Contamos con metodologías de desarrollo y gestión de proyectos de impacto con aliados de la talla de Google, Fundación Ford, Open Society Foundations, Fundación Corona, La Universidad de los Andes, agencias del sistema de Naciones Unidas y la cooperación canadiense, sueca, americana y alemana. Junto a ellos hemos desarrollado proyectos como El Avispero, Dialogar Para Avanzar, Colombia Resuena, InfluenSer, Ojo a la Vida, Cielito Lindo, Guardianes del Bosque, Movilización por las pesqueras artesanales, Católicos, Evangélicos, Energías Limpias, Participa +, Súmate al JuegoPlay Movement Lab, Activa Buenaventura y Digimente.

Con su desarrollo reafirmamos nuestra convicción de empoderar a la ciudadanía en el ejercicio de su derecho de participación y expresión en toda latinoamérica, especialmente en territorios alejados de las grandes ciudades, los cuales son motores del cambio en sus propias comunidades y espacios.

Como actores dentro de la sociedad civil latinoamericana tenemos claros dos desafíos. El primero, aportar estrategias que permitan fortalecer el liderazgo, conec-

tar a la sociedad con las y los tomadores de decisión, y así contribuir a la transformación social. Segundo, impulsar a través de nuestras iniciativas a una mayor participación ciudadana que responda a las necesidades y cambios por los que tanto han luchado. El tercero y quizás el más importante, la creación de una nueva cultura política que esté a la altura de los reclamos ciudadanos que vimos por ejemplo en los estallidos sociales y que organice su agenda alrededor de los temas claves para la ciudadanía.

Estos resultados y el firme compromiso de continuar apostando por una ciudadanía más consciente que sabe cómo gestionar sus decisiones, confirman que MOVILIZATORIO tiene la capacidad de incidir, conectar, y crear –a través del talento y las capacidades de nuestro equipo de trabajo – las herramientas para hacer frente a estos desafíos, así como en crear una red de ciudadanía con una agenda común en la región latinoamericana, alrededor de estos temas que son transversales para la realidad que vivimos en nuestro continente.

Jump



¿QUIÉNES SOMOS?

Un laboratorio experto en transformación social e innovación social que trabaja por promover la participación ciudadana de forma activa y consciente para una sociedad mejor. Conectamos personas y organizaciones con tomadores de decisión.

¿QUÉ HACEMOS?

Fortalecer el liderazgo colectivo como motor para la transformación social en Latinoamérica, haciendo uso de herramientas como tecnología, innovación, alianzas, comunicación y estrategia.

¿CÓMO LO HACEMOS?

Tenemos un enfoque integral, es por esto que contamos con 4 líneas estratégicas de trabajo: fortalecimiento y protección de liderazgos, sensibilización y comunicación, movilización y activismo y generación de conocimiento.

SOBRE MOVILIZATORIO





RESULTADOS



Contamos con una red de **+ 125.000 PERSONAS** en nuestra plataforma de agentes de cambio www.elavispero.org.



Mapeamos **+400 ORGANIZACIONES JUVENILES** en todo el territorio colombiano para **fortalecer esfuerzos y seguir amplificando sus voces a través de nuestras redes.**

DEMOCRACIA Y MOVILIZACIÓN JUVENIL

Acercamos la juventud a las **ELECCIONES DE 2022**, creando **5 espacios de Conversando y Avispando con 4 pre-candidatos presidenciales y 1 candidato al congreso**, para dar a conocer sus propuestas y posturas sobre temas coyunturales.



En el marco del **Paro Nacional** generamos **64 ESPACIOS DE CHARLA de Dialogar para Avanzar con más de 545 participantes**, implementando una metodología que busca co-construir soluciones.



Hemos recolectado **+2.600 PROPUESTAS** ciudadanas para presentar a tomadores de decisión en temas como **educación, medio ambiente, construcción de paz, fuerza pública o desarrollo económico y social** en nuestra plataforma www.elavisperopropuestas.org.



Implementamos nuestra metodología **OJO a la Vida** a un total de **30 LÍDERES Y LIDERESAS SOCIALES**.

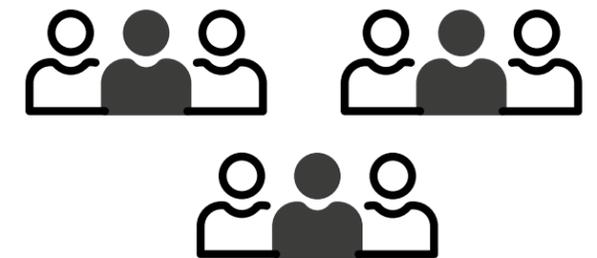
Creamos **6 PROTOCOLOS DE SEGURIDAD** con lideresas en **6 municipios de Montes de María** con una participación **promedio de 100%** y contamos con **21 mujeres víctimas** de amenazas en los talleres de co-construcción.

LIDERAZGOS SOCIALES

Repensamos la metodología de **PROTECCIÓN DE LÍDERES Y LIDERESAS** en **Buenaventura, Urabá, Montes de María y Córdoba** combinando el uso de tecnología y la movilización de redes de apoyo para crear protocolos de seguridad.



En Buenaventura, implementamos el proyecto **OJO** para lograr el cuidado de la vida de **9 LÍDERES Y LIDERESAS**.





Participamos en la **COP 26** junto con **Guardianes del Bosque** y tuvimos una impactante campaña en el **metro de Glasgow** y en la **estación Queen Street**, pues el evento era fue una oportunidad para **IMPULSAR LA VOZ DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS** en la lucha contra el cambio climático.

AMBIENTE Y EMPODERAMIENTO DE COMUNIDADES INDÍGENAS

Estamos realizando una investigación con el apoyo del **European Climate Foundation** acerca de oportunidades de movilización en torno a **ENERGÍAS LIMPIAS** en la región.



Creamos **Mobilizing for Small Scale Fisheries** junto con **World Fish** para diseñar formas en que la comunidad pesquera pueda **REPRESENTAR, COMUNICAR Y PARTICIPAR** en las decisiones que afectan su futuro.



Alcanzamos **+1.400.000 PERSONAS** a través de la campaña **Métele Pedal** en redes sociales, **promoviendo el uso de la bicicleta** en la ciudad.

Implementamos una estrategia de **MOVILIDAD ORGANIZACIONAL SUSTENTABLE** en México que incluyó la realización de un **foro, la facilitación de alianzas entre ONGs especializadas**, proveedores de movilidad sostenible, consultoras y otros actores en el ámbito de la movilidad sostenible.





Realizamos **8 INTERVENCIONES** con el modelo de participación ciudadana **Participa +**, alcanzando **8 CIUDADES**.

PARTICIPA+



Establecimos relaciones con **22 ALIADOS** del sector privado y público para una mayor implementación del **proyecto Participa +**.

PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y LIDERAZGO TERRITORIAL

Co-construimos **la plataforma de Marea Digital**, plataforma de tecnología cívica que busca un mayor involucramiento ciudadano. Se dictaron **8 TALLERES** de usabilidad y participación a más de **200 PERSONAS**.



Llegamos a **45 JÓVENES** de **Córdoba** y **Urabá** de manera presencial **con el Toolkit de Liderazgo Colaborativo**, un manual con herramientas que busca fortalecer los procesos de liderazgo existentes para lograr incidencia política.



POLARIZACIÓN Y COHESIÓN SOCIAL

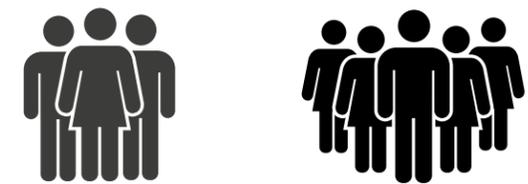
Realizamos más de **2.000 ENCUESTAS** a nivel nacional, para entender los temas que movilizan a la población colombiana con nuestro **Estudio Nacional de Xenofobia y Polarización** para lograr mayor Inclusión y Cohesión en Colombia.



Identificamos **4 CLUSTERS** en la opinión pública colombiana sobre los temas que **movilizan a la ciudadanía colombiana**.



Notamos cifras importantes de rechazo a la comunidad migrante en el país. Por ejemplo, el **46% DE LAS PERSONAS** encuestadas **creen que los y las migrantes no deberían tener los mismos derechos** que las personas colombianas o que el **46.9% DE LAS PERSONAS** encuestadas **creen que el país está muy dividido**.





Obtuvimos **+3.000 RESPUESTAS** de encuestas por parte de padres, madres y cuidadores sobre **la importancia del juego en el aprendizaje** de habilidades socioemocionales.

EDUCACIÓN Y NIÑEZ

Contamos con el apoyo de más de **10 ALIADOS** intersectoriales para **divulgar la encuesta en diferentes regiones del país.**

Posicionamos el juego como herramienta de aprendizaje en Cali con **“Mirá Vé Jugá”**, mediante **una intervención programática** en la ciudad y la creación de un **MURAL LÚDICO** impactando a padres, madres, cuidadores y niños y niñas.

**Súmate
Al Juego** **MIRÁ
ve JUGÁ**

Mirá Vé Jugá fue evaluado como positivo por la compañía británica de estudios de mercado **Message House.**

En **MEDELLÍN Y BOGOTÁ** realizamos **workshops y grupos focales con aliados como RedPAPAZ y UniSabana** para conocer de primera mano los retos y desafíos socioemocionales que enfrentaron las familias durante la pandemia y los confinamientos.

Nos aliamos con influencers de todo el país para recolectar **historias de las familias en la pandemia** por medio de canales como WhatsApp.



Creamos un **Podcast de 4 episodios** en colaboración con el **Ministerio de Ciencias** con la dependencia de Estrategia de Divulgación de la CTel. Impactamos a más de con **19.000 PERSONAS** contenido relacionado con juego y ciencia.



Logramos recolectar **+100 FIRMAS** ciudadanas para presionar a secretarías de educación en **4 regiones del país** con el fin de demandar más juego en espacios de aprendizaje.





DERECHOS DIGITALES Y DESINFORMACIÓN



DigiMENTE

Lanzamos nuestra comunidad de educación mediática llegando a **+3.300 NUEVOS USUARIOS** y usuarias **en la página web de DigiMENTE** y **+2.000.000 PERSONAS** en redes sociales con campañas de habilidades para combatir la desinformación.

- 

Aumentamos las habilidades mediáticas de **727 JÓVENES, 500 ESTUDIANTES.**
- 

Formamos **8 REDES EDUCATIVAS** en donde capacitamos a **15 PERIODISTAS Y 7 INFLUENCERS** para **combatir la desinformación** por medio de talleres diseñados especialmente para esta audiencia.
- 


Alcanzamos a casi **100 MIL PERSONAS** en redes sociales, logrando **comunicar las herramientas y recursos para luchar contra la desinformación.**
- 

Creamos InformACCIÓN en donde vamos a desarrollar y publicar una serie de videos de TikTok para mejorar las habilidades **CONTRA LA DESINFORMACIÓN, EL BULLYING Y EL ACOSO** en las redes sociales.
- 

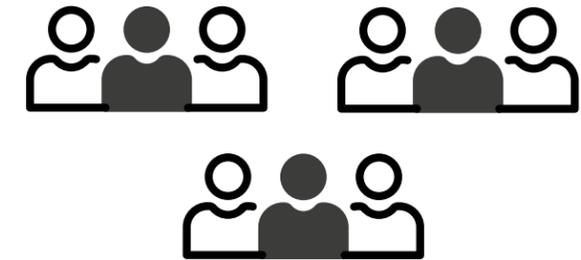
Nos aliamos con **Google Child Safety** para posicionar la **SEGURIDAD EN INTERNET** de niños, niñas y jóvenes frente a tomadores de decisiones y hacedores de políticas públicas.



Desarrollamos la página www.mevacunopor.com para alcanzar a más personas y enviar un mensaje claro sobre **los beneficios de mantener un esquema de vacunación completo.**

Diseñamos un test informativo para incorporar la concientización respecto a la vacunación. **+1.000 PERSONAS** lo realizaron, con un **88.57%** de tasa de finalización.

MOVILIZACIÓN EN RESPUESTA AL COVID

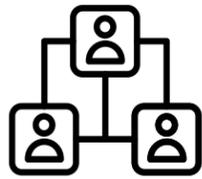


Enviamos este test a más de **52.000 CORREOS** con **información clave sobre la vacunación.**



Alcanzamos a **+685.000 PERSONAS**, logramos **+9.600 CLICKS** en el enlace y **+1.300 “ME GUSTA”**





Establecimos más de **50 ALIANZAS** locales e internacionales en **Colombia y México**, y **4 ALIANZAS** nacionales en **Argentina**.

Contamos con una tasa de **RETENCIÓN DEL 75%** de los miembros del equipo, posicionándonos como un **lugar deseable para trabajar**.



INSTITUCIONAL

Crecimos como equipo alcanzando un total de **56 PERSONAS**.



Como equipo definimos y organizamos nuestro accionar para el 2022 en una semana de planeación estratégica, donde **generamos capacidades de diálogo, manejo de medios de comunicación y búsqueda de sentido** a lo que hacemos por medio de capacitaciones y talleres.

Con el objetivo de mejorar nuestro desempeño como organización, **llevamos tres años realizando encuestas anónimas de cultura y clima organizacional** para identificar mejoras y ser un lugar donde las personas tengan motivación por el trabajo y encuentren **herramientas para superar retos**.

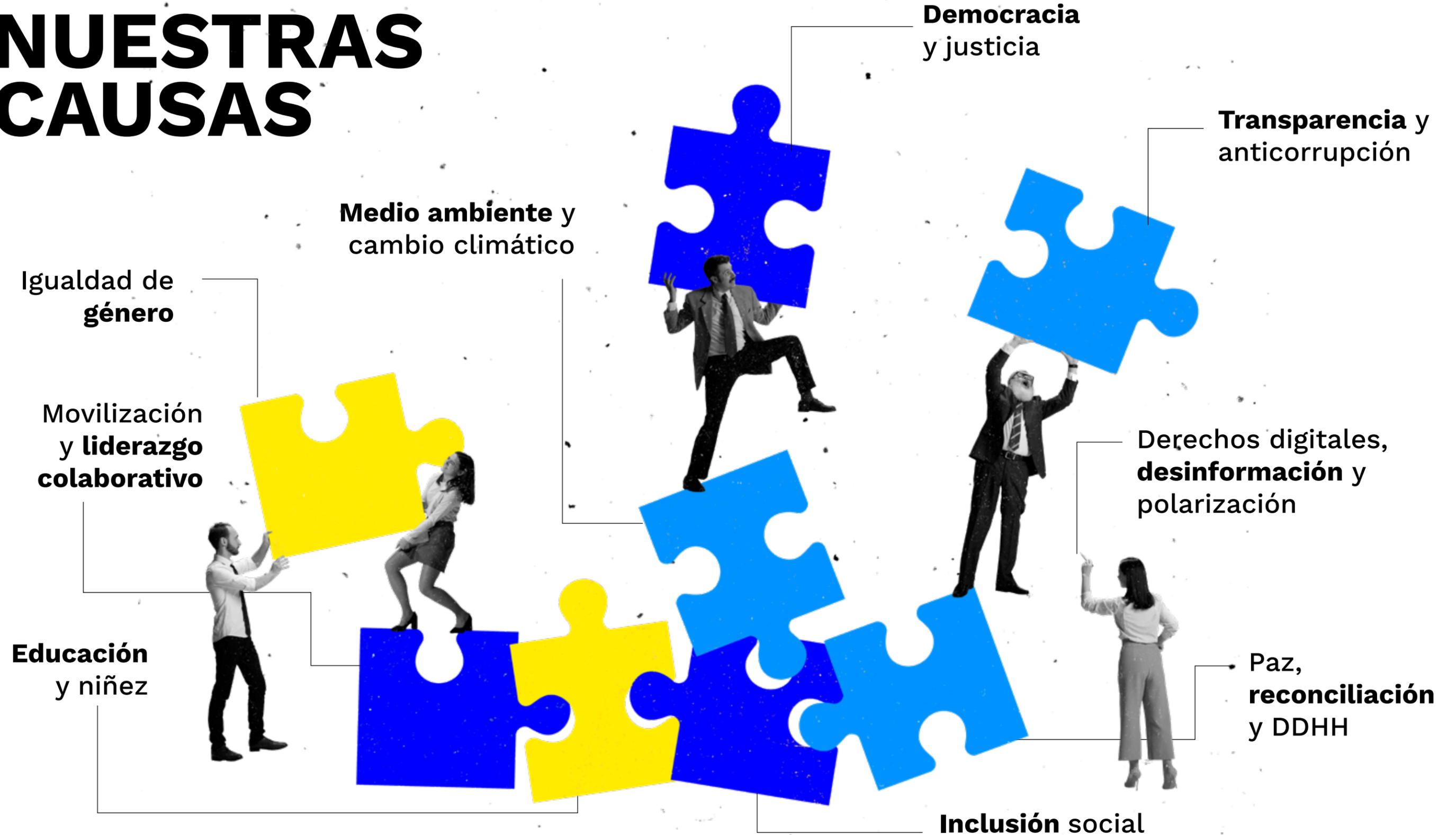
Gracias a nuestra alianza con **Ford Foundation y Open Society Foundations**, estamos fortaleciendo nuestra capacidad institucional, administrativa y contable para así contar con una **organización integral y que desarrolle proyectos con certeza de la solidez** del manejo interno.

Contamos con un programa de **mentorías mensuales** para consolidar el plan de carrera dentro de la organización, donde obtuvimos **20 ASCENSOS** en el 2021.

Fomentamos en el equipo el conocimiento y aplicación de nuestros **4 VALORES** organizacionales: **Generamos un impacto real, Nos gustan los retos, Trabajamos colaborativamente y Nos comprometemos con la excelencia**.



NUESTRAS CAUSAS





CÓMO LO HICIMOS

Proyectos

1. El Avispero
Dialogar para avanzar
Colombia Resuena
2. InfluenSer
Ojo a la Vida - Fase II
Ojo a la Vida - Fase III
3. Cielito Lindo /Métele Pedal
Guardianes del Bosque
Movilización por las
pesqueras artesanales
Católicos
Evangélicos
Energías Limpias
4. Participa+
Activa Buenaventura
Toolkit Liderazgo colaborativo
5. Play Movement Lab - Fase III
Internauta
6. Digimente
Verificraks
InformACCIÓN
7. Estudio nacional sobre xenofobia y
polarización para lograr mayor
inclusión y cohesión en Colombia
8. Campaña de Vacunación

A young woman with curly hair is speaking into a microphone at a public event. She is wearing a dark jacket and has a backpack on. The background is a blurred crowd of people. The image has a blue and yellow color scheme with brushstroke-like overlays.

DEMOCRACIA Y MOVILIZACIÓN JUVENIL

EL AVISPERO



RETO

Conectar a la ciudadanía con las temáticas nacionales, y articular a las diferentes organizaciones y personas para trabajar colaborativamente e impulsar la movilización social frente a dichas temáticas.

Junto a Ford Foundation, Open Society Foundation (OSF) y National Endowment for Democracy (NED), Movilizadorio impulsa la participación ciudadana mediante el fortalecimiento de la red de El Avispero, una red de más de 125 mil agentes de cambio, colectivos y organizaciones, que se movilizan para transformar comportamientos y actitudes, generar incidencia en políticas públicas y hacer posible, así, un país más tolerante, justo, sostenible, inclusivo y participativo. El Avispero trabaja transversalmente en 6 ejes temáticos: educación, ambiente, paz y reconciliación, liderazgos sociales, juventud y género.

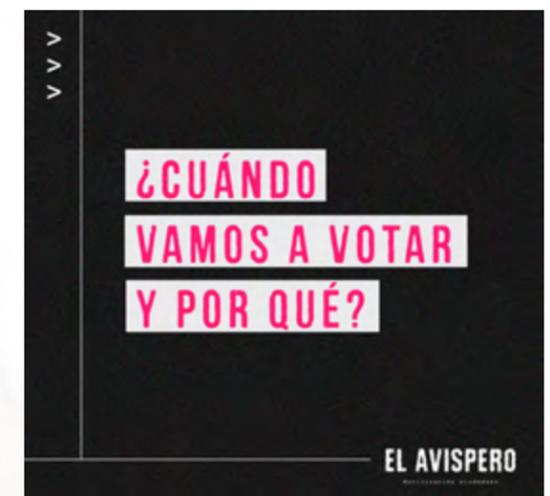
ESTRATEGIA

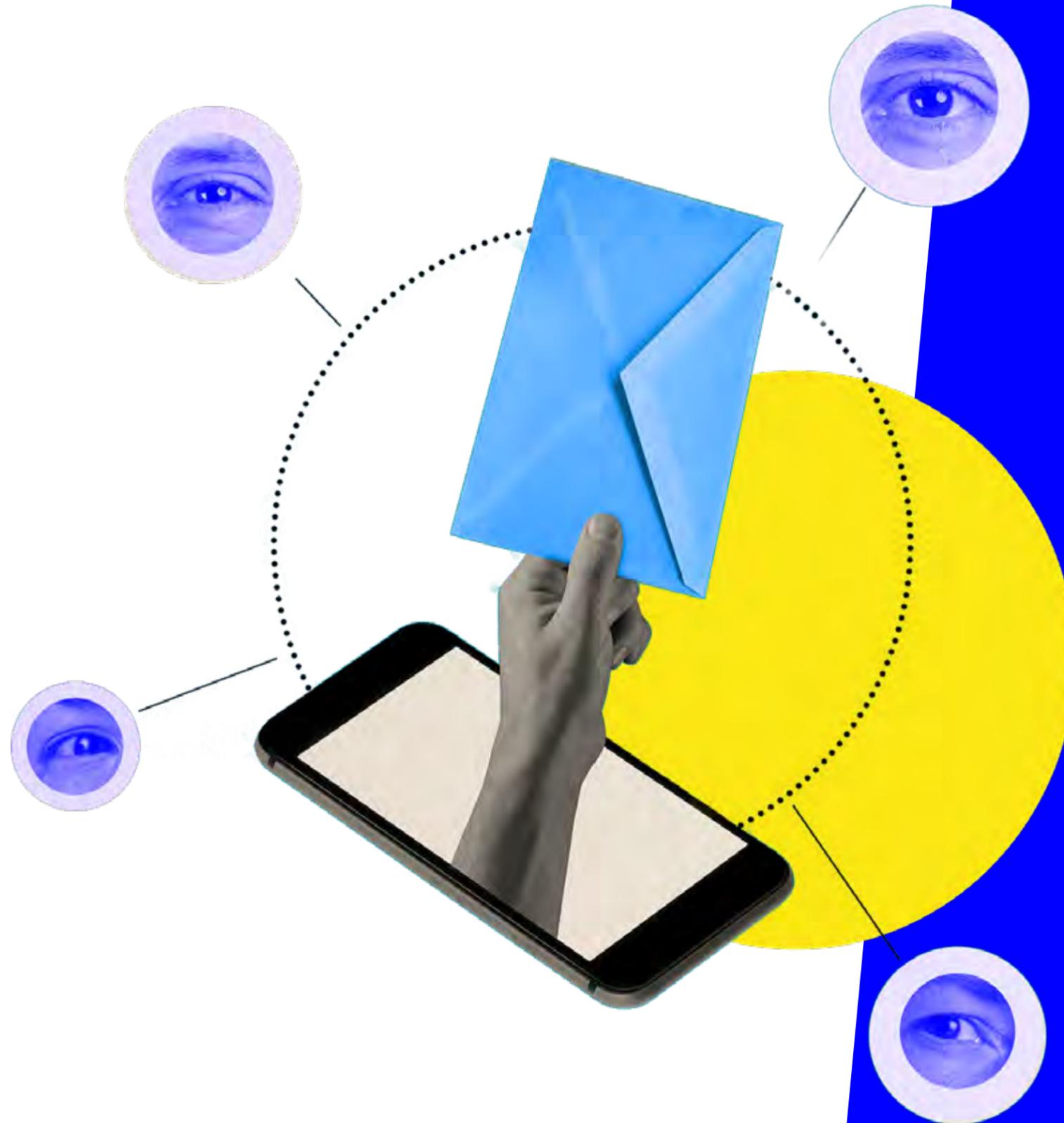
Empoderar a la ciudadanía amplificando sus voces e inspirando cambios, mediante una plataforma de intercambio y construcción de impacto colectivo para la comunidad de activistas en Colombia. Crear grupos y redes en WhatsApp de diferentes temáticas para la interacción constante entre organizaciones y ciudadanía. Articular y potenciar acciones concretas para construir un país diverso, activo, solidario, pacífico, colaborativo, informado y sostenible.



LOGROS

- Conectamos a **+125.000 personas**.
- Realizamos un **sondeo** a miembros de El Avispero con **+1.000 respuestas** por mailing y redes sociales.
- Impulsamos la voz ciudadana para lograr que la CIDH visitará Colombia, por medio de una **campaña durante el Paro Nacional de 2021**.
- Por medio de nuestra **campaña Paren Ya recolectamos +10.000 firmas** para luchar por el derecho a la seguridad de las personas manifestantes





- **Realizamos un evento, al que se conectaron +400 personas**, de diálogo con el Instituto Nansenn donde Alfredo Zamudio nos contó sus perspectivas y experiencias en la construcción de comunidades resilientes y justas desde el diálogo.

- Desarrollamos **3 campañas de respuesta rápida** (200 mil millones, COP26 y Callar no está de moda).

- Lanzamos la **campana #AvispandoLasElecciones, para informar a la ciudadanía en las elecciones de 2022.**

- Desarrollamos más de **seis espacios de Conversando y Avispando** (candidaturas presidenciales: Alejandro Gaviria, Juan Fernando Cristo, Juan Manuel Galán, Francia Márquez; candidaturas legislativas: Diana Rodríguez, Geancarlo Gravier y Juan Carlos Losada; personas electas a los Consejos de Juventudes).

- Lanzamos **El Parlante, el blog más avisgado.**

- Llegamos a **+4.000.000 personas** con nuestras campañas, generando **+600.000 interacciones**, y logrando una tasa de **engagement de 5.9%** por publicación.

RETO

Incentivar la movilización pacífica durante las protestas ciudadanas, mediante la creación de espacios de conversación representativos, diversos y descentralizados que deriven en propuestas ciudadanas para la incidencia, en el marco del estallido social de 2021, que ha puesto en evidencia vacíos en la relación de confianza entre las instituciones y la ciudadanía.

Movilizadorio con el apoyo de la Universidad de los Andes y la Universidad de Caldas, lideró la creación de espacios de charla entre jóvenes para canalizar la indignación y propuestas de la ciudadanía con miras a impulsar propuestas de incidencia dirigidas a otros actores tomadores de decisiones, mediante la implementación de una metodología que con herramientas replicables, logren generar empatía en temas que usualmente llevan a falta de consenso.



DIALOGAR PARA AVANZAR

ESTRATEGIA

Diseñar e implementar una metodología innovadora con herramientas de diálogo para la ciudadanía, organizaciones sociales, entre otros, y así identificar los dolores de Colombia, para canalizar propuestas ciudadanas e impulsar espacios de incidencia y des-escalamiento de la violencia.



LOGROS

- Generamos **64 espacios de charla con +500 participantes.**
- Recogimos y sistematizamos **+600 propuestas ciudadanas.**
- Identificamos **7 dolores principales de Colombia:** Falta de empatía y salud mental, falta de memoria histórica, ausencia de democracia, inequidad social y falta de oportunidades, destrucción ambiental, censura y, silenciamiento y fallas en el sistema educativo.





- **Entregamos las propuestas a candidaturas** del congreso y presidenciales, así como a las personas elegidas para el consejo de juventudes, en el espacio “Conversando y Avispando”.
- Participamos en los **espacios de socialización de resultados** organizados por la Universidad de Caldas, exponiendo nuestros hallazgos a participantes miembros de la ciudadanía y representantes de la Alcaldía y Gobernación de Manizales, generando ámbitos para la incidencia.
- Desarrollamos la Encuesta de Participación Ciudadana y Movilización social a **+100 estudiantes** de la Universidad de los Andes, buscando caracterizar la participación y movilización de estudiantes de pregrado, así como recoger dolores y propuestas de las personas encuestadas y entender el motivo de la baja participación en los espacios de conversación.

COLOMBIA RESUENA

RETO

Empoderar a la juventud y brindarles herramientas de participación, incidencia, educación mediática y anti-polarización en medio de un contexto en que a pesar de constituir una gran fuerza de cambio para el país, sienten desesperanza frente al futuro, sus gobernantes y el impacto que puede alcanzar. Y en donde además, la política está siendo permeada por la desinformación y una alta percepción de polarización.



Movilizatorio en conjunto con el National Endowment for Democracy (NED), busca fortalecer a la juventud como agente de cambio para construir un país más participativo, incluyente y colaborativo, a través de fomentar la participación en las votaciones del 2022 y minimizar los efectos de la polarización y la desinformación en Colombia.

ESTRATEGIA

Intervenir en los factores coyunturales críticos que enfrentará Colombia en las elecciones legislativas y presidenciales de 2022 en Colombia promoviendo una mejor participación ciudadana en las votaciones, fomentando liderazgos juveniles y minimizando los efectos de la polarización.



LOGROS

- Realizamos **espacios entre la juventud diversa y las candidaturas** a las elecciones del 2022. Le entregamos a todas las candidaturas presidenciales de la primera vuelta **la Agenda ciudadana de El Avispero**.
- Formamos una **red activa de liderazgos juveniles** potenciada por Movilizatorio denominada Colombia Resuena.
- Alcanzamos **597.859 cuentas y obtuvimos 26.922 interacciones** con la campaña **#ActivaElPoderDeLaX** co-creada con Mutante y El Derecho A No Obedecer, para combatir el abstencionismo juvenil en las elecciones presidenciales.
- Realizamos un **ciclo de talleres** contando con la participación de **más de 106 jóvenes** para potenciar sus competencias de liderazgo, movilización e incidencia.





**POSICIONAMIENTO Y PROTECCIÓN
DE LIDERAZGOS SOCIALES**

Junto a USAID, Movilizadorio lideró la creación de un manual de buenas prácticas comunicativas que ofrece herramientas para sensibilizar y desarrollar habilidades en comunicación que no violenten las vidas, las causas ni los procesos que defienden lideresas y líderes sociales en sus comunidades, dirigido a funcionarios públicos que se pronuncian, o que pertenecen a instituciones que se pronuncian, sobre temas relacionados a liderazgos sociales.

ESTRATEGIA

Desarrollar una campaña de comunicaciones que permita generar conciencia y promover buenas prácticas para la defensa de la causa de los y las líderes sociales, mediante un manual de buenas prácticas y utilizando canales online para evitar la propagación de las dinámicas de estigmatización generadas por la polarización política y facilitando el trabajo de defensa e incidencia alrededor del tema.

RETO

Cambiar discursos y narrativas estigmatizantes, minimizadoras o justificadoras de la violencia de la que líderes y líderes sociales son víctimas, especialmente por parte de funcionarias y funcionarios públicos que se pronuncian, o que pertenecen a instituciones que se pronuncian, sobre temas relacionados a liderazgos sociales.



INFLUENSER



LOGROS

- Creamos el **Manual de Buenas Prácticas** que se construyó a partir de los resultados de una investigación preliminar, realizada a partir de la identificación de actores, expresiones y narraciones estigmatizadoras hacia el liderazgo social.
- Realizamos el lanzamiento de la **campaña #SerLiderEs** obteniendo un alcance de **+610.00 personas** y llegando a **+34.000 interacciones** en redes sociales.
- Involucramos a 18 Influencers en la campaña #SerLiderEs.
- Creamos la página web **www.serlideres.org** para amplificar el mensaje y llegar a más personas y funcionarios y funcionarias públicas.



OJO A LA VIDA

FASE II

RETO

Fortalecer el trabajo de las lideresas de los Montes de María, mediante la prevención y protección frente a ataques violentos con el desarrollo de herramientas online y offline.



Junto a IRI, Movilizadorio lideró este proyecto con el fin de diseñar y generar capacidades de autoprotección a lideresas de los Montes de María desde un enfoque social y participativo, que permita el uso de la tecnología para la creación de redes de apoyo y nuevas formas de acción frente a las amenazas de la vida.

ESTRATEGIA

Repensar la protección de los líderes y lideresas desde un enfoque social y participativo, que nos permita el uso de la tecnología para desarrollar capacidades frente a riesgos, la creación de redes de apoyo y nuevas formas de acción frente a las amenazas a la vida.

LOGROS

- Se crearon **6 protocolos de seguridad con 21 lideresas** de los 6 municipios de Montes de María.
- Adaptamos la metodología a taller online**, para lograr mayor alcance entendiendo que las condiciones no siempre se prestaban para hacerlo presencial.
- Logramos una **participación del 100% de las lideresas** en los talleres.
- Se **fortalecieron las relaciones comunitarias entre las mujeres participantes**, sentando las bases para la prevención ante las amenazas, creando lazos de confianza y redes de apoyo entre las lideresas.



OJO A LA VIDA

FASE III



RETO

Fortalecer el trabajo de líderes y lideresas, mediante la prevención, protección y creación de protocolos de autocuidado frente a ataques violentos con el desarrollo de estrategias online y offline.

Junto a la Fundación Carvajal, Movilizadorio ejecutó la metodología para la co-construcción de protocolos de autocuidado y asegurar la vida de los líderes y lideresas sociales de Buenaventura, desde un enfoque social y participativo, que por medio de una aplicación para celulares genere la creación de redes de apoyo y nuevas formas de acción frente a las amenazas a la vida y fortalecer el trabajo de estos y estas líderes.

ESTRATEGIA

Repensar la protección de los líderes y lideresas desde un enfoque social y participativo que nos permita el uso de la tecnología para la creación de redes de apoyo y nuevas formas de acción frente a las amenazas de la vida.



LOGROS

- Se logró la **implementación** de la metodología con **9 líderes y lideresas**.
- 30 líderes y lideresas** fortalecieron sus conocimientos y capacidades en seguridad.
- Se **implementaron 4 sesiones** donde se analizaron las dimensiones individual, organizacional o comunitaria, territorial y digital, dictados de manera presencial.
- Creamos la **Caja de herramientas “OJO a la Vida”**.
- Diseñamos **dos cartillas impresas** para que cada participante contará con material de apoyo para su formación.
- Generamos un mapeo de más de **11 actores para la generación de una red de protección**.





**AMBIENTE Y EMPODERAMIENTO
DE COMUNIDADES INDÍGENAS
Y NUEVAS AUDIENCIAS**

CIELITO LINDO • MÉTELE PEDAL



RETO

Promover el uso de la bicicleta como medio de transporte sustentable e incentivar la movilidad compartida, esquemas de trabajo de home office, horarios escalonados y lograr incidencia para mejorar políticas públicas en movilidad, seguridad y conectividad, por medio de generación de campañas ciudadanas.

Movilizadorio en alianza con el Urban Movement Innovation Fund, crearon Métele Pedal, una iniciativa que busca mantener los cielos azules y mejorar la calidad del aire en Bogotá y Ciudad de México a través de campañas de cambio de comportamiento en el uso de la bicicleta como medio alternativo de transporte, así como de incidencia en alianza con actores clave de diferentes sectores en ambas ciudades.

ESTRATEGIA BOGOTÁ

Creación y desarrollo de una campaña para lograr un incremento en la cantidad de personas que se movilizan en bicicleta en Bogotá, mediante eventos online y offline para vencer barreras y mitos en cuanto al uso de la bicicleta. Campañas para generar cambios comportamentales y diseño e implementación de formación y metodologías para articulación entre colectivos, emprendimientos y organizaciones ciclistas.

ESTRATEGIA CIUDAD DE MÉXICO

Creación y desarrollo de campañas para promover la movilidad sustentable en las empresas mediante estrategias como los Planes de Movilidad Institucional y para promover el uso de la bicicleta como medio de transporte al trabajo con el apoyo de grupos de rodadas e influencers como embajadores y embajadoras de la bicicleta.



LOGROS

B O G O T Á

- **Alcanzamos a +1.400.000** personas por redes sociales con la campaña ciudadana para promover el uso de la bicicleta .
- Nos **articulamos** con más de **20 grupos ciclistas** para la co-construcción de la campaña Métele Pedal.
- **Realizamos más de 5 talleres** con estos grupos ciclistas para generar capacidad instalada y que el proyecto pueda ser replicado.



LOGROS

B O G O T Á



- **Desarrollamos una plataforma web de crowdsourcing** con funcionalidad para consulta y alimentación de un mapa ciudadano que más de 80 usuarios alimentaron, un directorio de alianzas y un calendario de eventos.
- Ejecutamos **15 retos** ciudadanos presenciales y virtuales alcanzando con ellos a **1.700 ciclistas**, de los cuales el 39% no eran ciclistas recurrentes, logrando identificar y gestionar oportunidades de incidencia.
- **Creamos la estrategia e imagen** de la campaña ciudadana **“Cielito Lindo”** para promover el uso de la bicicleta en Bogotá.
- **Ejecutamos 7 tests** en la redes sociales de la Secretaría Distrital de Movilidad, con un resultado de **más de 60 registros** en la Red Muévete Mejor y un alcance de **+95.000 personas en redes** (impresiones).
- Diseñamos e implementamos una **estrategia para activar el movimiento ciclista durante el Paro Nacional**, para ofrecer información clave y acompañamiento a ciclistas durante la coyuntura.
- A través de nuestra conexión con la Secretaría de Movilidad, **llegamos a +300 empresas y entidades con recursos**, amplificando la promoción de la bicicleta mediante su newsletter.
- Creamos el **Toolkit Para Movilizar Ciclistas Principiantes** para Bogotá y Ciudad de México.
- **Consolidamos la Guía para tomadores de decisiones** sobre el trabajo con la ciudadanía en políticas de Movilidad Sostenible, que recopila recomendaciones y mejores prácticas para optimizar las comunicaciones de las instituciones públicas con la ciudadanía y así aumentar el alcance y la participación en la promoción de políticas de movilidad sostenible.

LOGROS

CIUDAD DE MÉXICO



- Logramos la participación de **776 principiantes movilizados** para usar la bicicleta a través de **20 paseos organizados** en la ciudad.
- Alcanzamos a **170.000 personas en redes sociales** y 34 publicaciones no pagadas en medios, incluido un **reportaje en uno de los noticieros** estelares a nivel nacional con alcance de **20 millones de personas**.
- Nos articulamos con **22 aliados: 15 grupos ciclistas, 3 ONGs, 1 institución pública y 3 influencers**.
- Generamos que **5 gobiernos locales/estatales** adoptaran y aplicaran las mejores prácticas de nuestra guía de promoción del uso de la bicicleta.
- Logramos que **4 gobiernos locales** adoptaran buenas prácticas de movilidad sostenible basadas en una guía del gobierno federal elaborada en parte con nuestras aportaciones.
- Impulsamos la participación de **23 organizaciones en el Foro de la Movilidad y 7 ONGs** y empresas consultoras se aliaron para ofrecer conjuntamente servicios de movilidad organizativa.

Movilizadorio junto a Ford Foundation, Purpose y CLUA, resaltó el papel de las comunidades indígenas y locales en la protección ambiental y la lucha contra el cambio climático mediante acciones online y offline en alianza con comunidades indígenas de Centro y Sur América, África e Indonesia.

ESTRATEGIA

Diseñar e implementar una estrategia con un componente ciudadano y de incidencia, con el fin de visibilizar la lucha de las comunidades. Sobre este plan formulamos una estrategia que incluye cubrimiento permanente de redes sociales, una gran campaña digital global con una activación presencial, acompañamiento constante a los equipos de comunicación y liderazgos juveniles.

RETO

Visibilizar el rol de las comunidades indígenas y locales como agentes claves en la lucha contra el cambio climático.



GUARDIANES DEL BOSQUE



LOGROS

- **Generamos 12 alianzas** para desarrollar y alcanzar a diferentes audiencias y así, instalar el valor de las comunidades indígenas en la lucha contra el cambio climático.
- Desarrollamos **+20 reuniones y actividades online y 10 offline.**
- Creamos **13 acciones de entrenamiento, con 266 participantes** y líderes y lideresas apoyados.
- Por medio de nuestra participación en más de 10 eventos en la **COP 26**, realizada en Glasgow Escocia, logramos que las delegaciones indígenas tengan un espacio para hablar asuntos como los derechos territoriales y su rol en el cuidado del ambiente ante personajes como el Príncipe Carlos y Jeff Bezos.



There is no future without
Nature and Community Based Solutions



- Creamos **30 anuncios** colocados en el **metro de Glasgow** y **300 tarjetas con información de la página** de National Center for Biological Sciences (NCBS), como parte de la estrategia de comunicación y difusión del proyecto.
- Alcanzamos **+2.9 millones de cuentas** en redes sociales.
- Obtuvimos **+27.000 interacciones** de audiencias en redes sociales.
- Logramos **+2.000 nuevos seguidores** en Twitter.
- Creamos un **sitio WEB** para compartir casos emblemáticos de soluciones basadas en la naturaleza y las comunidades de la **Alianza Global, logrando +1.600 visitas** - <https://alianzaglobal.me/ncbs/>
- Realizamos una investigación de **16 casos de éxito** de comunidades locales e indígenas de soluciones basadas en la naturaleza y las comunidades, exponiendo estos hallazgos en un documento.

MOVILIZACIÓN POR LAS PESQUERAS ARTESANALES

RETO

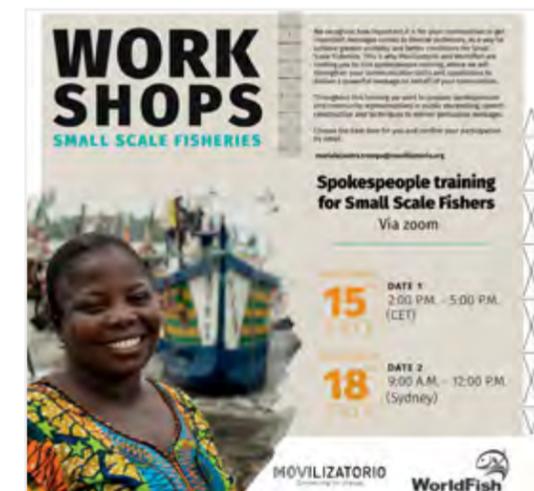
Las comunidades pesqueras tienen un papel importante en la economía mundial y la lucha contra el cambio climático, contribuyen directamente al bienestar de sus comunidades y de los ecosistemas que habitan. A pesar de esto, sus condiciones de vida siguen siendo precarias y su capacidad para movilizarse y defender sus derechos no evidencia su relevante rol.



Movilizatorio en alianza con WorldFish diseñó y solidificó una estrategia de movilización que ayuda a las y los pescadores artesanales a representar, comunicar y participar de manera más efectiva sus necesidades en las decisiones de política, gestión e inversión que afectan su futuro.

ESTRATEGIA

Crear una red de líderes y representantes de pesqueras artesanales para crear colaboración a nivel global. Identificar demandas y oportunidades y fortalecer las capacidades de voceros y comunicadores de las organizaciones territoriales, para construir una estrategia de incidencia y una campaña de comunicación que reúna las principales demandas y oportunidades de la red.



Junto a Purpose Climate Lab - Brasil, Movilizadorio implementó el proyecto con el objetivo de comprender la relación entre la fe católica, la política y el medio ambiente para movilizar a la comunidad a comprometerse con la agenda la Economía de Francisco y Clara propuesta por el Papa Francisco para reactivar el desarrollo desde una perspectiva social y según el evangelio.

ESTRATEGIA

Realizar una encuesta nacional para comprender mejor la audiencia y desarrollar una plataforma de crowdsourcing junto a organizaciones católicas y de la sociedad civil para fortalecer el diálogo y las acciones alrededor de la Economía de Francisco y Clara.

RETO

Comprender las preferencias políticas, la relación con la iglesia y los niveles de conciencia respecto a la preservación del medio ambiente de la población católica para diseñar las mejores estrategias y mensajes que permitan persuadir a la comunidad en pro de una agenda ambiental fuerte.



CATÓLICOS



LOGROS

- Hicimos una **encuesta nacional a +1.500 católicos** para comprender mejor a nuestro público objetivo.
- Trabajamos con **10 organizaciones católicas y de la sociedad civil** para la co-construcción de una plataforma de crowdsourcing y así fortalecer el diálogo alrededor de la Economía de Francisco y Clara.
- Consolidamos las redes sociales sumando más de **5.700 followers en IG, FB y TW.**
- Lanzamos una plataforma de crowdsourcing en 2021.
- Visibilizamos las propuestas y principios de la Economía de Francisco y Clara en Brasil, así como la iniciativa pastoral do Povo da Rua do Manao y las dos encíclicas del Papa a través de redes sociales.



EVANGÉLICOS



RETO

Conocer las preocupaciones, percepciones y posturas de la comunidad evangélica respecto a religión, política y medio ambiente para crear estrategias de movilización alrededor de una agenda ambiental fuerte y la defensa de la creación desde acciones individuales y colectivas.

Junto a Purpose Climate Lab - Brasil, Movilizadorio implementó el proyecto con el objetivo de comprender la relación entre la fe evangélica, la política y el medio ambiente para movilizar a la comunidad a comprometerse con una agenda política y medioambiental.

ESTRATEGIA

Implementar una investigación a nivel nacional para comprender mejor a las personas evangélicas y consolidar una coalición con varias organizaciones para efectuar estrategias de mediano y largo plazo.



LOGROS

- Hicimos una **encuesta nacional a +2.000 evangélicos** en Brasil para comprender al público objetivo, e impulsamos la socialización de resultados con grupos de interés.
- Impulsamos la creación de una **coalición de más de 18 organizaciones evangélicas** representantes de iglesias y organizaciones evangélicas de Brasil para co-crear estrategias de incidencia para la protección ambiental.
- Obtuvimos un **alcance de +400.000 personas** en nuestras campañas publicadas en redes sociales y conseguimos **+1.700 seguidores**.
- **Desarrollamos un landing page** para promover la preservación ambiental y testear mensajes hacia la comunidad.
- **Nuestro trabajo fue publicado** en un artículo en el diario O Globo.



Movilizadorio junto al European Climate Foundation, iniciaron la realización de una investigación minuciosa para Colombia y México, a fin de comprender mejor las condiciones favorables que pueden tener un impacto en la promoción de energías limpias a nivel estatal y/o nacional en estos dos países. Como segundo paso, se definirá una estrategia de incidencia para promover el incremento de la oferta y demanda de energías renovables.

ESTRATEGIA

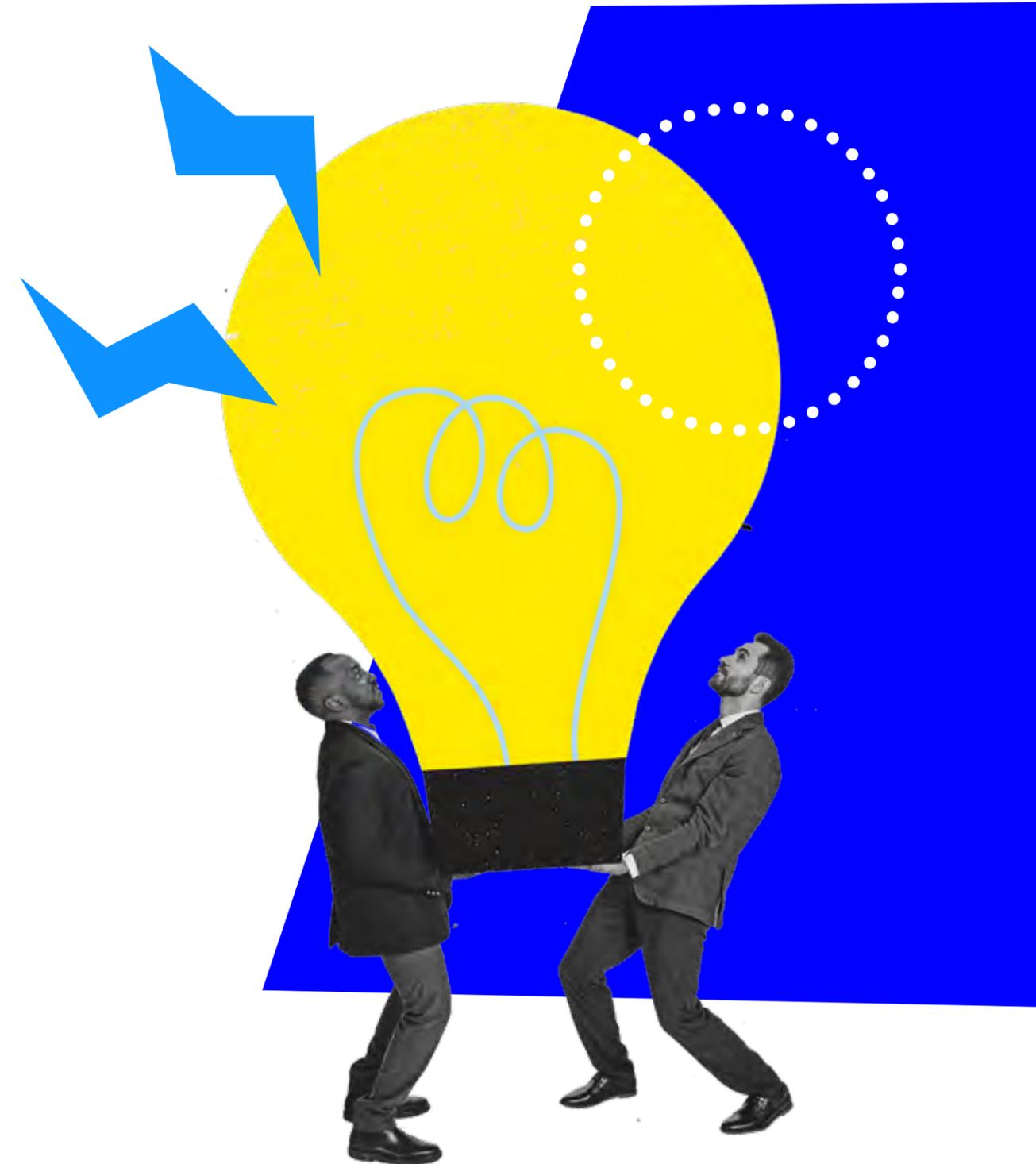
Determinar el alcance del contexto de las energías renovables en Colombia y México con miras a definir una estrategia de incidencia y comunicación para incrementar la demanda y oferta de estas energías.

RETO

Contrarrestar la fuerte dependencia de fuentes altamente contaminantes de energía en Colombia y México promoviendo un mayor uso de energías renovables.



ENERGÍAS LIMPIAS





**PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Y LIDERAZGO TERRITORIAL**

PARTICIPA +



RETO

Superar las limitaciones de un esquema tradicional de participación ciudadana que desconoce y desincentiva nuevas formas de involucramiento y que continúa reproduciendo los problemas de legitimidad de la democracia.

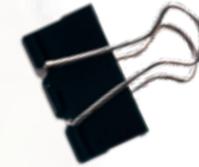
Movilizadorio junto a la Fundación Corona, desarrollan Participa +, un modelo teórico que reúne un conjunto de lineamientos teóricos y prácticos para fomentar un involucramiento ciudadano efectivo, entendido como un proceso ampliado de participación que logra que la ciudadanía construya su propio poder y cree un impacto social positivo.

ESTRATEGIA

Proponer estrategias de fortalecimiento de liderazgos ciudadanos y de interacción efectiva entre la ciudadanía y las instituciones públicas en doble vía: desde la incidencia de la ciudadanía hacia las instituciones y desde las instituciones hacia la ciudadanía.

LOGROS

- Generación de un **mapeo de experiencias de participación ciudadana** enmarcadas en tecnologías cívicas y la generación de datos de la ciudadanía Marea digital está siendo implementada en Buenaventura, Colombia.
- Desarrollamos el **marco teórico y conceptual de Community Driven Data** a partir del mapeo de iniciativas nacionales e internacionales y sus aprendizajes y recomendaciones.
- Diseñamos un **instrumento de gestión del conocimiento** para extraer los principales aprendizajes de la implementación de Marea Digital.
- Diseñamos e implementamos un **instrumento de investigación cualitativo** para indagar sobre aprendizajes, retos y oportunidades de mejora de la implementación de Marea Digital.
- **8 ciudades con intervenciones del Modelo:** Bogotá, Yumbo, Cali, Buenaventura, Bogotá, Urabá, Madrid, Funza, Mosquera, Córdoba.
- **22 aliados** del sector privado y público.



Es la implementación práctica del Modelo Participa +, que junto a USAID y la Fundación Carvajal, Movilizador busca el fortalecimiento de la participación ciudadana a nivel local y las capacidades de participación de la comunidad en la toma de decisiones sobre política pública mediante la creación de una plataforma virtual llamada Marea Digital, para consolidar una ciudadanía participativa, crítica y activa en Buenaventura.

ESTRATEGIA

Incorporar una plataforma virtual que, basada en los principios de tecnología cívica, contribuya a la generación de información desde la ciudadanía en función de la creación y despliegue de campañas que conlleven a procesos de organización e incidencia comunitaria local.

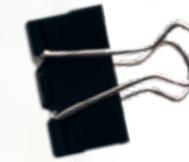
RETO

Aumentar y fortalecer la participación ciudadana en los asuntos públicos de Buenaventura, así como la vigilancia y comunicación de los mismos ante las instituciones públicas del territorio.



ACTIVA BUENAVENTURA

LOGROS



- **Co-Construimos** la plataforma **Marea Digital** y consolidamos el grupo de **líderes y lideresas voceros** de la iniciativa.
- Desarrollamos ciclos de interacción con **+100 participantes**.
- Generamos 8 talleres de usabilidad con **+200 participantes**.
- Junto con los líderes territoriales, desarrollamos **más de 500 reportes** en infraestructura, violencia de género, educación, salud y seguridad.
- **Socializamos la plataforma** con las autoridades de varias comunas de Buenaventura.
- **Implementamos ciclos de capacitaciones** para la incidencia en algunas comunas.
- Creamos **3 mesas temáticas** con las agendas de infraestructura, educación y género.
- Generamos **15 Requerimientos ciudadanos** entregados a tomadores de decisión.



TOOLKIT DE LIDERAZGO COLABORATIVO



RETO

Mejorar los procesos de rendición de cuentas y capacidad de respuesta por parte de las instituciones mediante la ampliación del espectro de posibilidades y herramientas con las que cuentan las y los para impulsar procesos de influencia mutua entre un colectivo y organizaciones para alcanzar horizontes comunes.

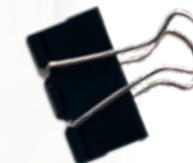
Movilizadorio en alianza con la Fundación Konrad Adenauer Stiftung (KAS), testeó y actualizó el Toolkit para el liderazgo colaborativo con un componente centrado en metodologías de fortalecimiento de liderazgos e innovación en el departamento de Córdoba, Colombia. El Toolkit pretende ofrecer recursos a líderes que buscan inspirar las personas de su entorno, así como generar un impacto positivo por medio del involucramiento de sus comunidades. Algunos de estos recursos son actividades para construir confianza, identificar problemas territoriales, diseñar proyectos, establecer alianzas o desarrollar habilidades de comunicación y visibilización.

ESTRATEGIA

Desarrollar un kit de herramientas que permita apoyar la resolución de las brechas existentes para el liderazgo colaborativo y generar sesiones de pilotaje presenciales y virtuales para así sistematizar los aprendizajes y a partir de la información obtenida, realizar una actualización de dicho toolkit.

LOGROS

- Llegamos a **+ 40 jóvenes líderes en Córdoba y Urabá** por medio de actividades online y offline para cerrar las brechas de liderazgo colaborativo.
- Logramos la participación de **19 personas** en los talleres presenciales del cual el **53% fueron mujeres**.
- Generamos el **fortalecimiento de redes** entre y con líderes y lideresas jóvenes en territorio, estableciendo espacios de participación y paz con herramientas para la incidencia política.
- **Fortalecimos las capacidades de liderazgo** colaborativo de las y los participantes a través de las actividades propuestas para generar soluciones.
- **Desarrollamos un Toolkit** más dinámico, versátil y replicable en los diferentes territorios Colombianos.
- Generamos un **Toolkit en formato virtual** para darle un alcance remoto, el cual se construyó a partir de la sistematización de pilotajes.





EDUCACIÓN Y NIÑEZ

PLAY MOVEMENT LAB III



RETO

Lograr que más padres, madres, cuidadores (PMC's), incluyan dentro de sus dinámicas de aprendizaje, el juego como una actividad para aprender.

En alianza con Purpose y la Fundación Lego, se desarrolló una estrategia para posicionar el aprendizaje a través del juego para la niñez entre madres, padres y personas cuidadoras. Para esta fase, se buscó testear su recepción y evidenciar las necesidades para acoger esta idea educativa y cultural innovadora.

ESTRATEGIA

Dar a padres, madres y cuidadores y a sus comunidades, las herramientas y los recursos necesarios para poner en práctica y promover el aprendizaje a través del juego en su contexto, y participar en espacios de promoción convocando a socios del ecosistema, a tomadores de decisión y a padres, madres y cuidadores.

LOGROS

- Lanzamos una **encuesta a nivel nacional** alcanzando **+2.900 respuestas**, donde se indagó por el bienestar socio emocional, la disposición y las creencias alrededor del juego, para generar una investigación cuantitativa, y así desarrollar recursos del juego.
- Nuestra comunidad de padres, madres y cuidadores interesados es de **3.000 contactos** afianzando el objetivo de que estos, incluyan estrategias de juego en el aprendizaje de niños y niñas.
- Se realizó una **intervención en Cali**, junto con la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana para enseñar a padres, madres y cuidadores la importancia del juego en el bienestar socioemocional de niños, niñas y adolescentes.
- Diseñamos este programa para ser escalado, y que diferentes organizaciones públicas **puedan adoptarlo y replicar el proyecto.**



Habilidades cognitivas

Concentración, solución de problemas y flexibilidad de pensamiento, aprender a hacer tareas complejas e identificar soluciones.



ESTRATEGIA

Crear contenidos para difundir las experiencias vividas por las familias durante la pandemia, y paralelamente distribuir ideas lúdicas para apoyar mejor el bienestar socioemocional de sus hijos e hijas. Trabajar con expertos y expertas, utilizando técnicas de narración y entretenimiento educativo* para entregar recursos a madres y padres, crear conciencia sobre el bienestar emocional e invitarles a implementar y ampliar metodologías de juego para apoyar la liberación emocional de los niños y niñas.

* *Entretenimiento educativo: es el proceso de diseñar e implementar un mensaje de medios para entretener y educar.*

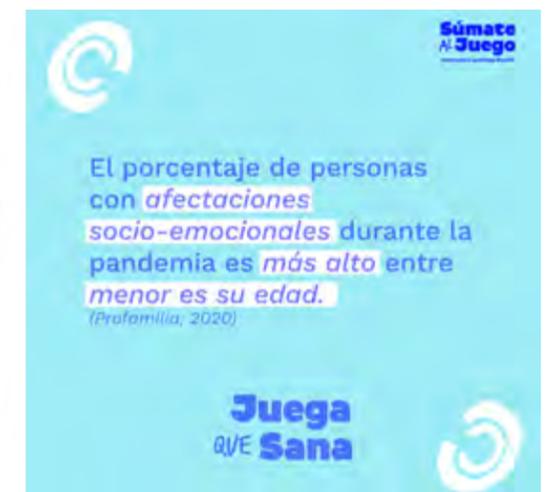


RETO
Crear información, actividades y herramientas relacionadas con el juego que puedan ser desarrolladas por expertos y adaptadas para satisfacer las necesidades de los padres, madres y cuidadores, asegurando que sean accesibles y fáciles de integrar en sus rutinas diarias.

JUEGA QUE SANA

LOGROS

- **+3.000 encuestas** fueron completadas por parte de padres, madres y cuidadores, de los cuales 800 compartieron datos personales para seguir recibiendo información sobre Juego.
- Logramos el **testeo de mensajes entre padres, madres y cuidadores** para identificar las narrativas más sensibles ante la audiencia.
- Desarrollamos **Workshops y grupos focales** con PMCs en Medellín con aliados como RedPAPAZ y UniSabana.
- Desarrollamos y ejecutamos **4 encuestas** en Calí, Medellín, Bogotá y Barranquilla para desarrollar recursos del juego, entendiendo las percepciones de padres, madres y cuidadores respecto al juego.
- Logramos que **+2.500 PMC's participaran de la encuesta** en la que se preguntaba sobre juego, bienestar y creencias alrededor del desarrollo integral de los niños y niñas.
- Generamos más de **30 historias sobre desafíos socioemocionales**, para entender el juego como un posible forma de aprender sobre el bienestar y afrontar crisis.



JUEGA QUE SANA ALIADOS



RETO

Dirigir, coordinar y articular las organizaciones del ecosistema para que comprendan el juego como una forma de aprendizaje y apoyen a los padres y cuidadores con recursos de aprendizaje a través del juego para hacer frente a los desafíos socioemocionales.

ESTRATEGIA

Articular esfuerzos entre las organizaciones de los ecosistemas para entender el juego como una forma de aprender y enseñar sobre el bienestar socioemocional y afrontar las crisis. Conectando socios para crear una red de juego para el diseño y la co-creación de actividades de juego para que las familias enfrenten la angustia emocional; y la colaboración en la selección de preguntas en una herramienta de recolección de datos pre-creada con el fin de comprender los hábitos y comportamientos de los padres, madres y cuidadores en torno al juego y el bienestar emocional; Amplificando y conectando nuevas audiencias a través de canales online.



LOGROS

- **Construimos +30 alianzas** con organizaciones de diferentes sectores para articular esfuerzos y así entender el juego como un mecanismo para enfrentar crisis emocionales y comprender los hábitos y comportamientos de padres, madres y cuidadores alrededor del juego.
- **Identificamos retos y necesidades (PMC's)** respecto de las habilidades sociales y emocionales de la niñez.
- **Creamos un toolkit** de amplificación para distribuir la encuesta, y otro para testear los mensajes y narrativas de la campaña.



ESTRATEGIA

Planificación y diseño, junto con la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana de Cali, de un programa de 10 semanas con 5 encuentros virtuales quincenales para presentar estrategias y actividades basadas en Aprendizaje a Través del Juego a un grupo de padres, madres y cuidadores para apoyar el aprendizaje socioemocional y el desarrollo integral de sus hijos e hijas. Brindando información, promoviendo conversaciones, generando ejercicios prácticos e implementando estrategias a PMC para aplicar sus aprendizajes en torno al bienestar socioemocional. Es a su vez, piloto para un programa que podría ampliarse a más grupos de PMC en 2022.

RETO

Diseñar el contenido más adecuado para que los padres, madres y cuidadores puedan apropiarse del juego como actividad para enseñar a sus hijos a afrontar los retos socioemocionales de forma divertida.



MIRÁ, VÉ, JUGÁ

LOGROS

- **+40 PMC, niños y niñas** y tomadores de decisión se conectaron con la intervención.
- **Alcanzamos +500 personas** en redes sociales.
- **La Secretaria de Paz y Cultura Ciudadana** al igual que la Institución Educativa Julio Caicedo y Tellez **desean replicar el programa en otras sedes** de carácter público.





- **Presentamos los resultados en múltiples espacios**

para hablar de lecciones aprendidas sobre la creación e implementación del programa.

- Identificamos que el juego es una actividad ya conocida, fácil de asociar y **que genera recordación positiva.**

- **Creamos un mural en una institución educativa** entre docentes, funcionarios, colaboradores, padres, madres y cuidadores, y por supuesto los niños y niñas.

- **Creamos un cuento** como producto de la imaginación de padres, madres y cuidadores para llevar el juego a sus entornos cercanos.

- **Diseñamos un Toolkit** para que padres, madres y cuidadores cuenten con contenidos clave para potenciar el juego.

SÚBELE AL JUEGO



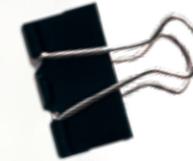
RETO

Potenciar las iniciativas gubernamentales emergentes para involucrar y movilizar a los padres, madres y cuidadores para que exijan a los espacios de aprendizaje locales (escuelas) que incorporen el juego como estrategia para enseñar ciencias, concientizando sobre el valor del juego y su eficacia en un entorno de aprendizaje.

ESTRATEGIA

Desarrollar contenidos, en colaboración con el Ministerio de Ciencia, que tengan información relevante sobre Aprendizaje por Medio del Juego como herramienta para hacer que la ciencia, la tecnología y la innovación sean más accesibles y atractivas para los niños y niñas y difundir el contenido a través de los medios de comunicación y de los canales de socios clave en el espacio educativo para aumentar el interés de madres y padres y cuidadores en el tema.

LOGROS



- **Amplificamos nuestros contenidos**, gracias al trabajo conjunto con nuestros aliados MinCiencias, Parque Explora, Universidad de los Niños EAFIT, Jugadores Urbanos, y Primero lo Primero, quienes apoyaron a su creación y difusión.
- **+150 peticiones en línea** fueron firmadas por PMCs para demandar más juego en espacios de aprendizaje.
- **Creamos 4 episodios de podcast hablando de juego** en relación a la ciencia, la tecnología y la innovación.
- **Creamos piezas sonoras** para facilitar la conversación con la audiencia y la apropiación del contenido.
- **Desarrollamos una petición en línea** en la plataforma de Súbele al juego para impulsar a las Secretarías de Educación a valorar el juego en espacios de aprendizaje.



En alianza con Google, Movilizadorio busca dar a conocer las herramientas creadas por Google para la seguridad de niños, niñas y jóvenes en internet. Del mismo modo, posicionar a esta organización como actor que está trabajando por la seguridad en internet de niños, niñas y adolescentes.

ESTRATEGIA

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación dirigida a los Gobiernos, hacedores de políticas públicas, ONGs, líderes de opinión y sociedad civil en la que se busca posicionar a Google como el principal trabajador en contra de los riesgos de internet para los niños y niñas de la región. De esta manera se quiere fortalecer el trabajo ya realizado de Google, para enfrentar los principales riesgos que afrontan niños y niñas en internet, desarrollando 5 tácticas: 1) caja de herramientas virtual y física; 2) Estrategias de visibilidad del proyecto a stakeholders de políticas públicas; 3) Diseminación de información apalancada por influenciadores en redes sociales; 4) Agenda de relacionamiento; 5) un Evento virtual de seguridad en internet.

RETO

Dar a conocer todas las herramientas que Google ha creado en el marco de la seguridad de niños, niñas y jóvenes en internet y posicionarlo frente a influenciadores del tema, como un actor clave que está comprometido con la seguridad de menores de edad en línea.



INTERNAUTA



A person wearing a white face mask and a gold ring is shown in profile. The image is overlaid with a large, blue, brushstroke-style graphic that resembles the word 'DESINFORMACIÓN'. The background is a blurred image of a person's face and a computer keyboard.

DESINFORMACIÓN Y DERECHOS DIGITALES

DIGIMENTE

RETO

Fortalecer las habilidades mediáticas de jóvenes en América Latina, en su pensamiento crítico, interpretación, comunicación y toma de decisiones frente a la información y desinformación que enfrentan con los retos actuales y futuros que plantea la tecnología.



Iniciativa liderada por Movilizadorio, Teach For All, Enseñá por Argentina, Enseña por Colombia y Enseña por México que con el apoyo del Google News Initiative, busca ayudar a formar a una juventud crítica, capaz de evaluar y analizar fuentes de información, crear y consumir contenido de calidad, participar activamente, así como pensar y reflexionar éticamente.

ESTRATEGIA

Socializar, implementar y posicionar el currículo de DigimENTE en América Latina, como una herramienta educativa y de incidencia, para docentes, estudiantes, periodistas y personas de la sociedad civil que soluciona los diferentes desafíos que se presentan en el ecosistema mediático.

LOGROS

- Generamos entrenamientos con **10 redes educativas**.
- Alcanzamos a **500 estudiantes**.
- Publicamos **5 videos en la plataforma** y en redes sociales, así como **7 reels** producidos para estas redes.
- Obtuvimos **+3.200 registros** totales.
- **Diseñamos un pretest y postest final y un quiz** de nivel de educación mediática para la plataforma.
- Aumentamos las **habilidades mediáticas en 727 jóvenes**.
- Desarrollamos **3 talleres** para entrenar a periodistas.
- Realizamos **18 publicaciones en medios** de Argentina, Colombia y México.
- **Alcanzamos +2 millones personas** en redes sociales.



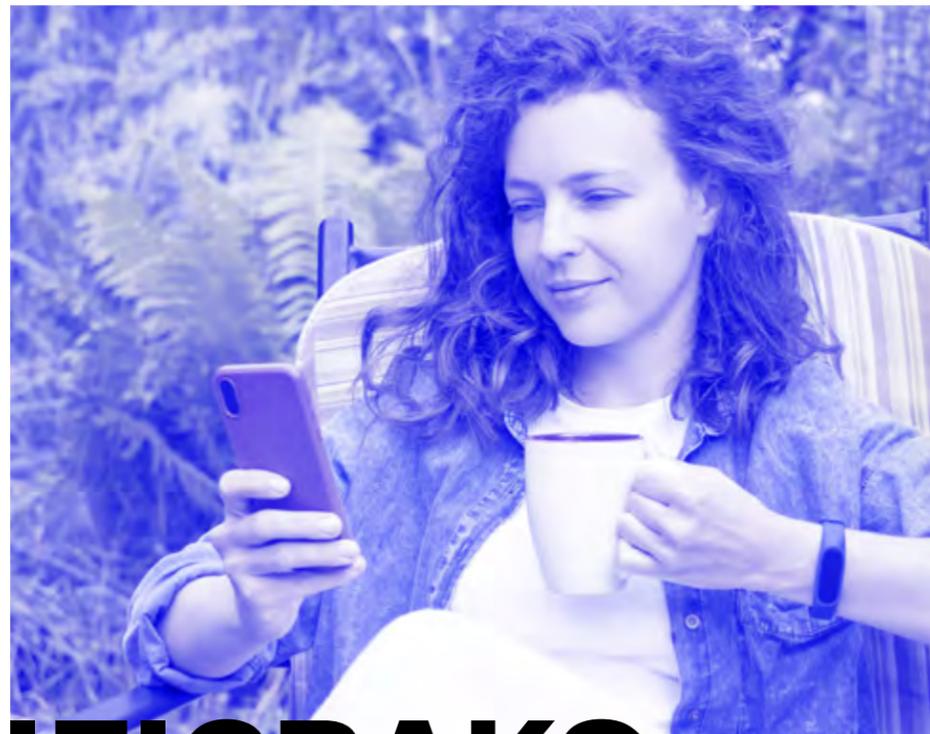
Junto a Google, Movilizadorio lideró la difusión de herramientas tecnológicas existentes para verificar información en línea, especialmente aquellas creadas o apoyadas por Google, para facilitar su aprendizaje entre diferentes audiencias en Colombia.

ESTRATEGIA

Diseñar y difundir en redes sociales y chats grupales contenidos audiovisuales sobre técnicas para combatir la desinformación que sirvan de guías prácticas y piezas de uso fácil.

RETO

Combatir la ola de desinformación que se desató durante el Paro Nacional en Colombia por la alta cantidad de noticias falsas creadas para generar confusión y ansiedad en la población, por medio de comunicar las herramientas en recursos simples y fáciles de implementar y compartir por la audiencia.



VERIFICRAKS

LOGROS

- Desarrollamos **2 talleres de capacitación para periodistas e influencers**, donde los **22 asistentes** adquirieron habilidades para detectar noticias falsas y combatir la desinformación.
- **Generamos 2 guías prácticas** acompañadas de videos o reels para obtener un mayor impacto y una mejor acogida.
- **Alcanzamos a casi 100.000 personas** en nuestras redes sociales a través de nuestras campañas.
- **Creamos el microsite www.movilizadorio.org/verificracks** para facilitar el acceso de la información y generar un llamado a la acción.



INFORMACCIÓN



RETO

Combatir la desinformación, el bullying y el acoso para jóvenes usuarios de Tik Tok.

En conjunto con TikTok, desarrollamos una estrategia de educación mediática consistente en el desarrollo y publicación de videos para que las y los jóvenes, desarrollen habilidades contra la desinformación, el bullying y el acoso en redes sociales.

ESTRATEGIA

Motivar al público a crear sus propios videos para combatir la desinformación, a través de videos instantáneos realizados por los influencers que participaron en la campaña. Se crearon 12 videos basados en desinformación y verificación de la información, así como respeto a las normas en las comunidades mediáticas y la empatía hacia los demás.



The background features a vibrant blue and yellow color scheme. It is filled with abstract, expressive brushstrokes in yellow and white. In the lower half, two hands are visible, one on the left and one on the right, with fingers spread, appearing to reach upwards. The overall composition is dynamic and artistic.

POLARIZACIÓN Y COHESIÓN SOCIAL

RETO

Analizar la polarización y cohesión en Colombia, entendiendo cuales son los temas que movilizan a la población colombiana y generan polarización o consenso, qué relaciones existen entre ellos y qué valores se les asocian. Este análisis se realizó mediante consultas en temas como ambiente, migración, acuerdo de paz, corrupción, entre otros.



ESTUDIO NACIONAL SOBRE XENOFOBIA Y POLARIZACIÓN PARA LOGRAR MAYOR INCLUSIÓN Y COHESIÓN EN COLOMBIA

Junto a la Embajada de Canadá, la Fundación Santo Domingo, Open Society Foundation y Ford Foundation, Movilizador lideró El Estudio Nacional sobre Inclusión y Cohesión en Colombia, que es el primer estudio de alcance nacional que se propone evidenciar la xenofobia y la polarización en entornos online y offline compuesto por dos fases.

En la Fase I, con una metodología de desarrollo propio, se analizaron +2.6 millones de tweets relativos a seis temas relevantes en la agenda pública colombiana: Acuerdo de Paz, protesta social, corrupción, género y derechos LGTBI, medio ambiente y migración venezolana.

En la Fase II, por su parte, se llevó a cabo una encuesta representativa de alcance nacional de los diferentes valores morales presentes en Colombia. Con los datos relevados, y una metodología desarrollada por More in Common (MiC), se identificaron en la sociedad colombiana 4 segmentos de pertenencia con sus características particulares, motivaciones, preferencias ideológicas y perfil de valores.

**La fase II todavía se encuentra en curso*

ESTRATEGIA

Para la Fase I, detectar temas recurrentes y movilizantes (salient), a través del análisis de literatura académica, análisis de encuestas y data mining preliminar en redes sociales. Para la Fase II, analizar la polarización en entornos offline mediante encuesta representativa a nivel nacional.



LOGROS



- Realizamos un análisis para **mapear 6 temas para la medición de redes sociales:** acuerdo de paz, protesta social, corrupción, género y derechos LGTBIQ+, medio ambiente y migración venezolana.
- **Realizamos una prueba para observar los temas con mayor receptividad** a través de interacciones, comentarios, alcance en Twitter, así como la realización de un análisis de sentimientos en cada línea temática.
- **Realizamos 2.000 encuestas a nivel nacional de 71 preguntas,** con inclusión de población afrocolombiana e indígena para lograr representatividad.
- **Alcanzamos a 26 municipios** de población urbana y rural para generar un análisis estadístico que represente los diferentes valores morales de Colombia.



**MOVILIZACIÓN
EN RESPUESTA AL COVID**

CAMPAÑA DE VACUNACIÓN



RETO

Fomentar la vacunación de la población en general, que en el contexto de la pandemia Covid-19 ha centrado la atención en las vacunas contra esa enfermedad, relegando a segundo plano la importancia de vacunarse contra otras enfermedades.

Movilizatorio en conjunto con McCann, GSK y Colombia Cuida a Colombia, creó una campaña de vacunación para enfermedades prevenibles aparte del Covid-19, ya que el temor de contagio por este virus, desalentó otros procesos de vacunación. La campaña buscó concientizar sobre la importancia de este proceso en adultos en Colombia entre los 18 y 65 años.

ESTRATEGIA

Desplegar una campaña de concientización en favor de la vacunación #MeVacunoPor, donde Movilizatorio fue parte de un segmento de la campaña a través de Colombia Cuida a Colombia, mediante el desarrollo de un test informativo, y el alcance y reproducción de piezas audiovisuales.



LOGROS

- **Desarrollamos la WEB www.mevacunopor.com**
- **Diseñamos un test informativo** para incorporar a la campaña de concientización y logramos que **+1.000 personas lo realizarán, con un 88.57% de tasa de finalización.**
- Nuestra campaña logró un alcance de **685.008, 9.687 clicks** en el enlace y **+1.300 “me gusta”.**
- Enviamos **+52.000 correos** con información clave y nuestro test.
- Abarcamos **la totalidad de los departamentos** colombianos.





CAMPAÑAS

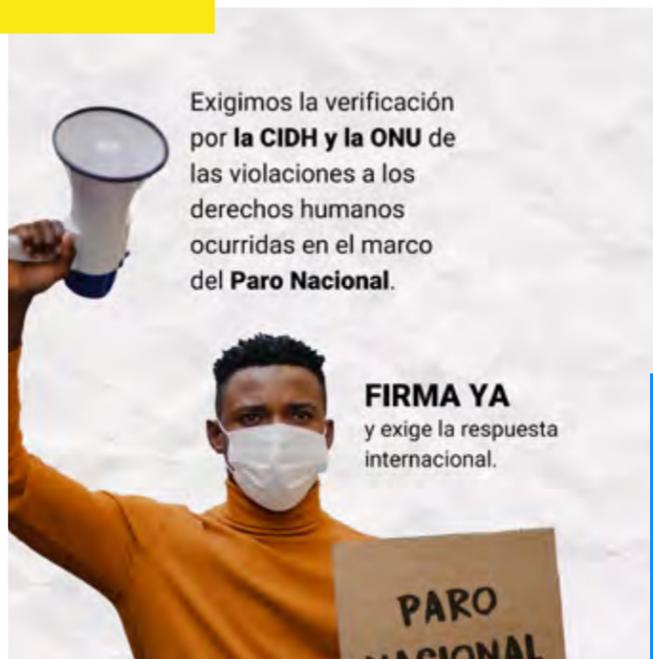
CAMPAÑAS



PAREN YA

En el marco del Paro Nacional 2021, lanzamos #ParenYa exigiendo al Gobierno Nacional y las Fuerzas Públicas el cese al fuego contra quienes alzan su voz.

- Obtuvimos **+ 11.000 firmas.**
- Enviamos **+190.000 correos** electrónicos.
- **8 tomadores de decisiones** recibieron nuestro mensaje.



#SOSCOLOMBIA - CIDH

A raíz de las constantes violaciones a los DDHH perpetradas por la parte de la fuerza pública hacia los y las manifestantes en el Paro Nacional 2021, creamos la campaña #SOSColombia para involucrar a la comunidad internacional para proteger los derechos en el país.

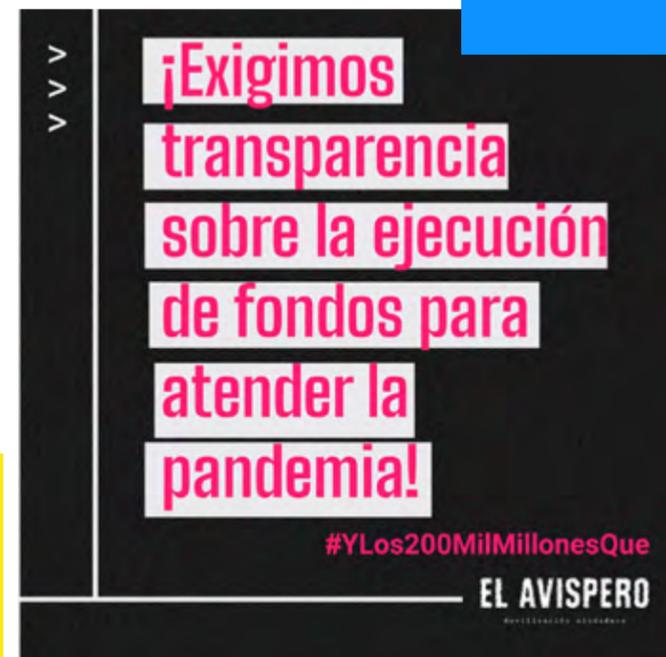
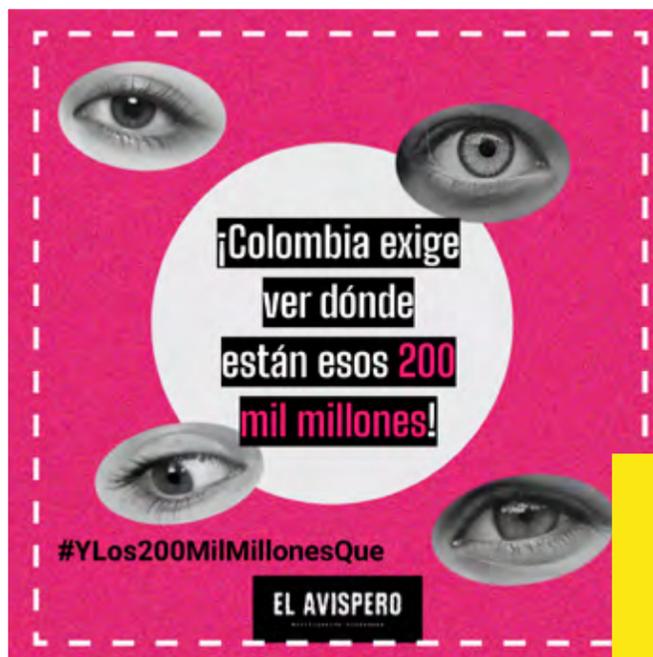
- Logramos la visita de verificación de la **Comisión Interamericana de Derechos Humanos.**
- Obtuvimos **+11.000 firmas.**
- Enviamos **+280.000 correos** electrónicos.
- **24 tomadores de decisiones** recibieron nuestro mensaje.



COLOMBIA ES JOVEN

No queremos que se sigan vulnerando los derechos y los sueños de la juventud. Por eso lanzamos Colombia es Joven para presionar por una mayor transparencia en el proceso de construcción y retroalimentación del CONPES de la juventud.

- Obtuvimos **1.203 firmas**.
- Enviamos **18 correos** electrónicos.
- **15 tomadores de decisiones** recibieron nuestro mensaje.



200 MIL MILLONES

Para atender la pandemia del Covid-19, el gobierno destinó \$40.5 billones de pesos pero no hay registro del gasto de 200 mil millones. Por esto, le exigimos a la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres, al Gobierno Nacional y al Ministerio de Salud hacer una rendición de cuentas sobre el uso de este gasto.

- Obtuvimos **603 firmas**.
- Enviamos **4.000 correos** electrónicos.
- **7 tomadores de decisiones** recibieron nuestro mensaje.



AVISPANDO LAS ELECCIONES

En el marco de las elecciones presidenciales y legislativas del 2022, así como las votaciones por los Consejos de Juventud en 2021, lanzamos Avispando las Elecciones, una campaña enfocada a informar y empoderar a la ciudadanía para que salga a votar conscientemente. En ella brindamos información sobre inscripción de cédulas, fechas importantes y puestos de votación, invitando a la audiencia a participar en las urnas.

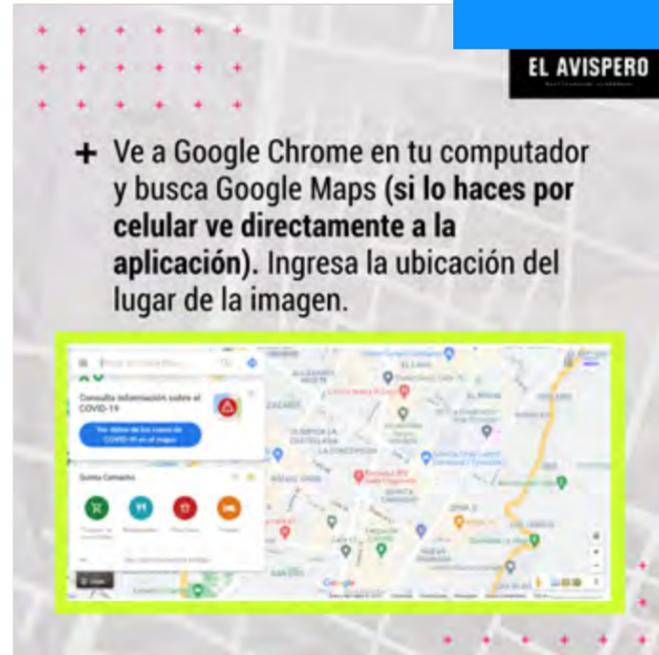
- Alcanzamos **+28.000 cuentas.**
- Obtuvimos **+1.200 interacciones.**

CONVERSANDO Y AVISPANDO

Con Conversando y Avispando buscamos conectar a las más de 2.300 propuestas ciudadanas que hemos recogido por medio de elavisperopropuestas.org con personas tomadoras de decisiones. Realizamos cuatro espacios con candidaturas a la Presidencia, uno con candidaturas al Congreso y uno con personas electas en los Consejos de Juventud.

- Alcanzamos **+68 cuentas.**
- Logramos **+29.000 Interacciones en redes sociales.**
- Nos acompañaron **170 personas presencialmente y +3.300 personas virtualmente.**
- Tuvimos **+6.000 reproducciones.**





CROWDFUNDING

Lanzamos nuestra primera campaña de crowdfunding para apostarle a la independencia financiera, vinculando el trabajo contra la desinformación y las noticias falsas en época electoral con la campaña de crowdfunding. Se desarrollaron una serie de guías de fácil uso en redes sociales, para facilitar los esfuerzos de verificación de la información a las candidaturas y las elecciones. Posteriormente, expandimos nuestra estrategia de crowdfunding a incluir envíos por mailing y contenido por redes exclusivamente sobre esto. Además, comenzamos a recaudar otros insumos de nuestra audiencia, más allá de ayudas monetarias, como donaciones de espacios para realizar eventos.

- Alcanzamos a **10 mil cuentas.**
- Obtuvimos **294 interacciones.**
- **Alcance** de campaña en redes: **4.390.**



COP26

Exigimos al Presidente, al Ministro de Ambiente y a la Ministra de Transporte la firma del Acuerdo para llegar a cero emisiones de gases contaminantes por vehículos nuevos en 2040 en el marco de la COP26. Desde El Avispero y Métele Pedal le apostamos a la transformación hacia una #MovilidadSostenible.

- Alcanzamos **+5 mil cuentas.**
- Llegamos a **226 interacciones.**

PREMIOS

Finalistas en los
SDGs por **el Avispero**

sdgactionawards.org

Finalistas en los **Premios a
la Innovación Nelson Mandela**

civicus.org/icsw/index.php/2021-innovation-awards

Premio de Tecnología para la
Justicia Social por **Diciendo y Haciendo**

usergioarboleda.edu.co/centros_e_institutos/xv-conferencia-anual-de-ingenieria-justicia-social-y-paz/

Finalistas en Win Win
Youth por **EL Avispero**

winwinaward.org

Finalistas en el Premio
Latinoamérica Verde
por **El Avispero Verde**

premiosverdes.org/es/

Effi de Plata en la categoría
de **Cambio positivo**

efficolombia.com



ASISTIMOS A

- Mesa Pulsante
- Basel Peace Forum
- Colombia training all out

- Skoll World Forum
- Primer encuentro de arte y creatividad.
- Catalyst Change week

- OECD Civil society week
- Newsgeist virtual returns
- Foro global Colabora Latam
- Event brave dialogues



- Ponente cátedra “Pido la palabra”, Universidad Nacional de Colombia, Centro de pensamiento TICs, nuevos medios y brecha digital.
- Build Peace 2021
- Global week to #ACT4SDG’s

- Teach for all, Marketing & positioning Whole community
- Encuentro de fellows ACUMEN
- La mujer en el servicio público, Universidad de la Sabana.

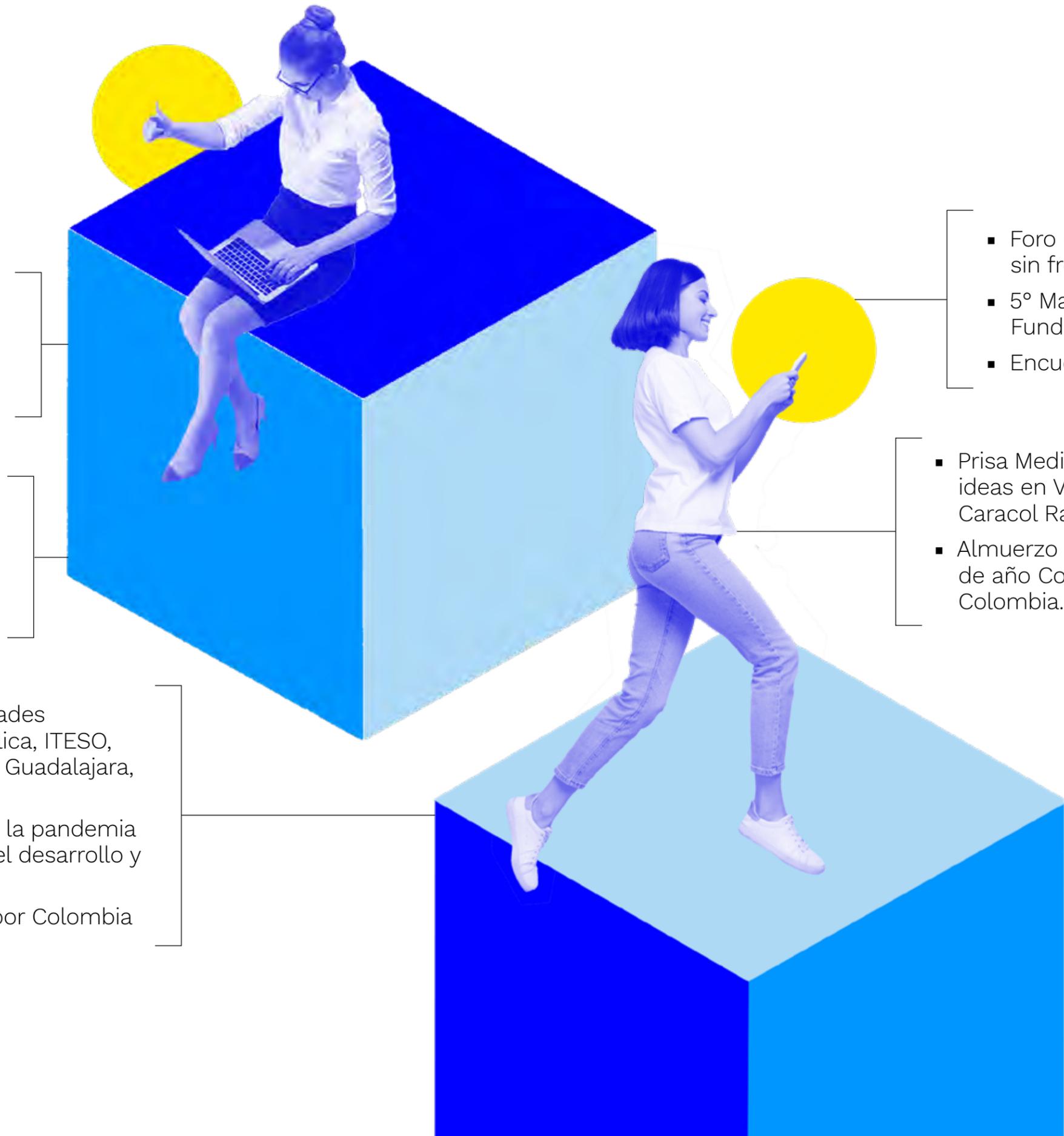
- CPRLATAM
- Evento encuentro de líderes y personas influyentes en la sociedad civil Embajada Suiza.

- COP 26
- Participación en la cátedra “Diseño y Análisis de Políticas Públicas”. Universidad El Rosario.

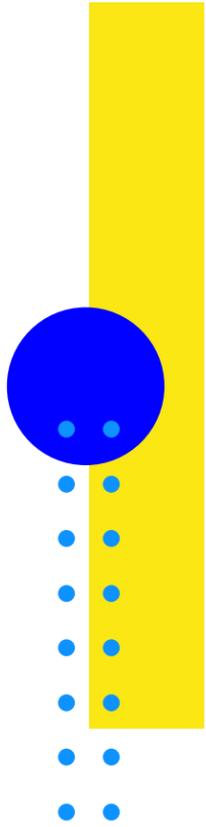
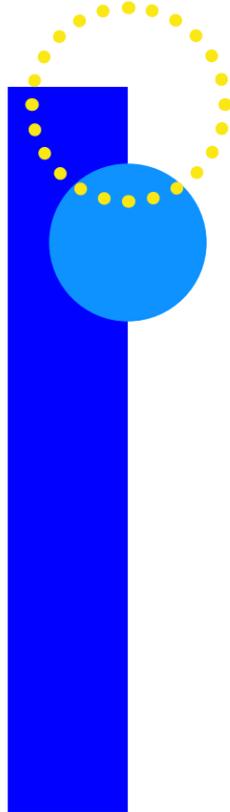
- Ponente cátedra “Ciudades Globales”. Gestión Pública, ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México.
- Foro: reflexiones sobre la pandemia y sus implicancias en el desarrollo y aprendizaje infantil
- Velada virtual Enseña por Colombia

- Foro nacional de Educación sin fronteras.
- 5° Market Place Social, Fundación ANDI
- Encuentro NED

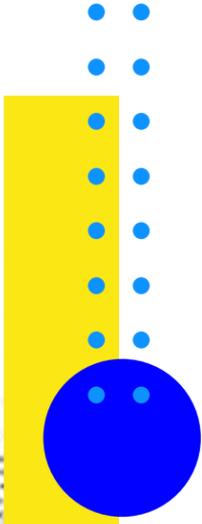
- Prisa Media, Festival de las ideas en Villa de Leyva por Caracol Radio
- Almuerzo Navidad y cierre de año Colombia Cuida a Colombia.



NUESTROS ALIADOS



EQUIPO 2021







MOVILIZATORIO

Conectando para el cambio