



**INFORME DE  
GESTIÓN  
2020**



PLANES PARA

COMUNICACION

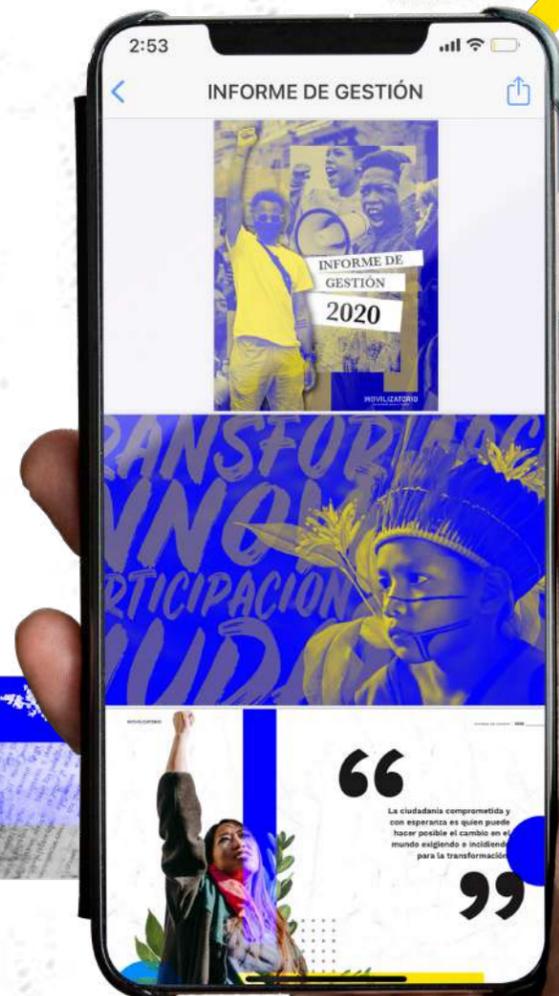
PARTICIPACION

COMUNIDAD



# PARA UNA MEJOR LECTURA:

## GIRA LA PANTALLA!



“

**La ciudadanía comprometida y con esperanza es quien puede hacer posible el cambio en el mundo exigiendo e incidiendo para la transformación.**

”

**D A T O S**

**+6**

**MILLONES DE  
PERSONAS  
ALCANZADAS**

**+80%**

**DEL EQUIPO CONFORMADO POR MUJERES,  
MIEMBROS DE LA COMUNIDAD LGBTI,  
COMUNIDADES INDÍGENAS, PERSONAS  
CON DISCAPACIDAD O VÍCTIMAS DE  
LA VIOLENCIA**

**16**

**PROYECTOS EN  
2020**

**+100 MIL**

**AVISPAS  
CONECTADAS A  
TRAVÉS DE NUESTRA  
PLATAFORMA**

# TABLA DE CONTENIDO

**12** CARTA DE LA DIRECTORA

**18** SOBRE MOVILIZATORIO

**22** NUESTROS RESULTADOS

**30** ¿CON QUÉ CAUSAS NOS IDENTIFICAMOS?

**38** ¿CÓMO LO HICIMOS?



**54** PROYECTOS

**140** ASISTIMOS A

**142** NUESTROS ALIADOS

**146** NUESTRO EQUIPO

**148** AGRADECIMIENTOS

# CARTA DE LA DIRECTORA



El 2020 nos puso a prueba como humanidad. El brote de una enfermedad cambió radicalmente el curso de nuestra historia y de nuestras vidas. La pandemia por el COVID-19 hizo más palpable que nunca aquello que solía darse tantas veces por sentado, pero que pocas veces se había manifestado con tal vehemencia: cada parte de nuestro planeta está integrada en un inmenso tejido interconectado. Cualquier cosa que ocurra en un solo lugar tiene la capacidad de alterar las dinámicas de todo lo que está a su alrededor. Y entonces el mundo entero se paralizó. ¿Cómo era posible la movilización en un contexto global en el que la inmovilidad y el aislamiento parecían ser lo único que garantizaba nuestra supervivencia?

¿Podía seguir siendo viable la labor de Movilizadorio en una realidad como esta? Como laboratorio de participación ciudadana e innovación social que cree en la fuerza transformadora de los espacios de encuentro, diálogo y co-creación, intentar adaptarnos a estas nuevas circunstancias, que marcaban los caminos de la incidencia que queríamos generar, representó un desafío enorme. En Colombia, México y Argentina las problemáticas que exigían de nuestra movilización activa no se detuvieron con la pandemia. Por el contrario, se recrudecieron. La profundización de

la inequidad, la crisis de la desinformación y la polarización, las nuevas barreras para acceder a la educación -ahora virtual-, la violencia contra las mujeres, la salud mental, los conflictos medioambientales, la corrupción. También, la violación de derechos humanos. En Colombia, contra líderes y lideresas sociales, el asesinato de excombatientes y firmantes del Acuerdo de Paz, los abusos de la Fuerza Pública, las masacres, entre otras. Nada de esto fue frenado por el COVID-19.

Frente a una realidad tan compleja como esta, que exigía de todo nuestro compromiso y capacidad de respuestas inmediatas y efectivas, utilizamos nuestra creatividad, transdisciplinariedad, capacidad de escucha y reflexión para encontrar en las dinámicas que trajo el COVID-19 una oportunidad no solo de desarrollar nuevas formas de incidencia, sino de fortalecer aquellas en las que veníamos trabajando por otros medios. Para lograrlo, tuvimos que resignificar la movilización ciudadana, llevarla a otros ecosistemas en los que ya veníamos trabajando como organización que desde su origen se ha caracterizado por buscar caminos de incidencia y posibilidades de cambio en la innovación tecnológica: construimos a través de las herramientas digitales aquello que no podía-

mos hacer desde las calles o desde las vías de movilización más convencionales.

Si las condiciones sociales, políticas, económicas y culturales que impiden el avance del país hacia la construcción de una sociedad más equitativa, incluyente, solidaria y participativa se fortalecieron durante la pandemia, la forma en la que desde Movilizadorio debíamos responder a estas circunstancias era reafirmando nuestro propósito de seguir sensibilizando, conectando, movilizándolo y articulando a distintos

sectores de la sociedad para caminar hacia las transformaciones que nuestras realidades necesitan. ¡Y así lo hicimos! Durante el 2020 no solo mantuvimos nuestro equipo de trabajo, sino que lo hicimos crecer, seguimos trabajando colaborativamente pese a la distancia, aseguramos la sostenibilidad y continuidad de nuestros proyectos tanto regionales como internacionales, participamos en el desarrollo de otros nuevos y, sobretodo, hicimos del cuidado mutuo el pilar de nuestro trabajo y de nuestras formas de incidencia.

En Movilizadorio nos reinventamos para mantener viva la llama de las causas que nos mueven. Frente a la crisis que trajo la pandemia nos movilizamos y respondimos con la alianza Colombia Cuida Colombia, en la que, a su vez, lideramos el comité de Comunicaciones y Moviliza-





ción. Muy pronto esta alianza se convirtió en un referente de respuesta rápida, capacidad de articulación y de crowdfunding en el país; realizamos más de 80 alianzas con medios de comunicación, fuimos el crowdsourcing más alto en el país e hicimos parte del primer evento multiplataforma de Colombia virtual, que fue visto en más de 115 países por más de 6 millones de personas en simultánea. Como resultado, ganamos el premio “Iniciativa Social influenciar del Año”. Desde el Avispero, creamos 11 campañas digitales y sumamos para lograr la declaratoria de la Emergencia Climática en Bogotá gracias a procesos de incidencia con el Concejo de la

ciudad. Con esto, logramos que Bogotá estuviera a la vanguardia y fuera la tercera ciudad de América Latina en declarar la Emergencia Climática.

Extendimos nuestras operaciones a Argentina y lanzamos Digimente.org, un programa de educación mediática para combatir la desinformación y empoderar a la juventud con herramientas digitales en Argentina, Colombia y México. Además, realizamos un estudio de audiencias, xenofobia, polarización y migración con detección de 6 temas que polarizan las redes sociales para continuar nuestro trabajo por la protección de la vida de líderes y lideresas sociales. También en México y Colombia, promovimos el juego como herramienta de aprendizaje durante la pandemia.

Nada de esto hubiera sido posible sin la versatilidad y capacidad de adaptación de nuestros equipos de trabajo. Pero, sobretodo, no hubiera sido posible sin la conciencia y la convicción de que, por difíciles que sean los tiempos, una ciudadanía articulada, crítica y propositiva tendrá siempre en sus manos el poder de convertir las circunstancias adversas en oportunidades de cambio; en posibilidades de encontrar nuevos caminos para transformar la realidad y avanzar hacia la construcción de sociedades más inclusivas, diversas, creativas, críticas y participativas.

Desde Movilizadorio, seguiremos caminando movidas y movidos por el deseo de que cada persona, desde su lugar en el mundo y en la sociedad, sea cual sea, pueda

ser consciente de su capacidad de ser agente de cambio. Porque este año difícil que acabamos de pasar, al enseñarnos que cada uno de nuestros actos tiene consecuencias sobre la realidad y sobre las otras personas, nos ha enseñado también que en cada una de nuestras acciones está germinando ya la semilla del cambio y que debemos actuar con coherencia frente a los valores que defendemos.

2020: el año en el que reafirmamos que, sin importar lo grandes que puedan ser las distancias y los retos, siempre podemos ser movilizadores y tejedoras y tejedores de puentes hacia las demás personas y hacia las transformaciones sociales que nuestras realidades exigen en Latinoamérica.

# ¿Quiénes **SOMOS?**

Un laboratorio de participación ciudadana e innovación social para Latinoamérica.

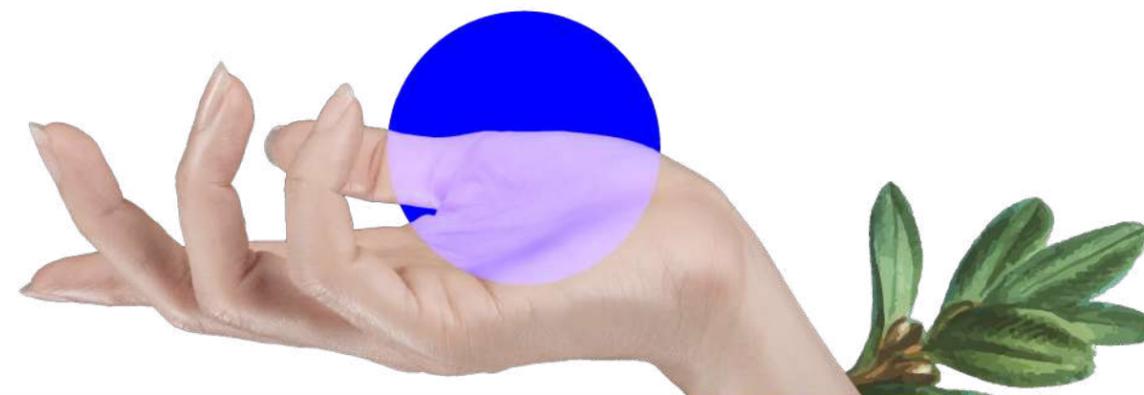
# ¿Qué **BUSCAMOS?**

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: liderazgo, sensibilización y comunicación, generación de conocimiento y, movilización y activismo.





**NUESTROS  
RESULTADOS**

## Movilización en respuesta al COVID 19

- **80** alianzas con medios de comunicación.
- En **115** países sincronizaron el primer evento multiplataforma de Colombia con la alianza Colombia Cuida a Colombia.
- Lideramos el Comité de Comunicaciones y Movilización de la iniciativa Colombia Cuida a Colombia como referente de respuesta rápida, movilización y de crowdfunding en el país.
- Creamos, junto a organizaciones aliadas un Manual para el Bien (estar) dirigido a bajar los niveles de estrés. Aumentar el ánimo del personal médico y prevenir la violencia doméstica.

## Paz, reconciliación y movilización juvenil

- “Iniciativa Social influencer del Año” premio por El Avispero y Colombia Cuida Colombia.
- **+100.000** personas conectadas en nuestra plataforma.
- **+1.700** agentes de cambio y organizaciones que se movilizaron a través de El Avispero.
- **30** alianzas con influenciadores.
- **8** campañas de incidencia lideradas.
- **6.200.000** personas alcanzadas.



## Liderazgos sociales

- **+140** personas capacitadas
- Articulamos actores claves en medio ambiente, educación, líderes y lideresas sociales y participación ciudadana
- **3** herramientas y funcionalidades tecnológicas testeadas o desarrolladas
- **+30** líderes participantes en talleres sobre protección y visibilización de líderes y lideresas



## Medioambiente y empoderamiento de comunidades indígenas y nuevas audiencias

- **11** campañas de cambio cultural o de comportamiento creadas.
- Apoyamos la Declaratoria de la emergencia climática en Bogotá gracias a procesos de incidencia con el Concejo de Bogotá.
- Creamos Cielito Lindo para promover el uso de la bicicleta y generar un impacto positivo en la calidad del aire en Bogotá y Ciudad de México.

## Participación ciudadana y liderazgo colaborativo

- **8** espacios de incidencia promovidos.
- **+55** líderes y lideresas formados en movilización y liderazgo en zonas vulnerables del país.

### Participamos en:

- Mesa convocada por el Gobierno donde anunciaron la radicación del Proyecto de Ley para la ratificación del Acuerdo de Escazú en el Congreso de la República.
- Mesa de paz y de juventudes convocada por el Gobierno Nacional.



## Educación y niñez

- **+9** publicaciones en Argentina, Colombia y México para la alianza Digimente.
- **+200** personas se conectaron al webinar sobre cómo educar en épocas de desinformación.
- La Secretaría de Educación Pública incorporó nuestros contenidos de la campaña al programa de enseñanza.
- El Ministerio de Educación publicó el Toolkit juegos para aprender la estrategia para aprendizaje digital.



## Institucional

- Expandimos nuestras operaciones a Argentina.
- **42%** de crecimiento durante pandemia gracias a nuestra capacidad de adaptación y rápida respuesta.
- Recibimos asesoría sobre salud mental durante la cuarentena.
- Implementamos procesos de seguridad en el trabajo.



## Generación de conocimiento

- Mapa Sonoro Colaborativo co-construido para visibilizar de manera segura las voces de la juventud que construye paz en Colombia.
- Currículo de alfabetización mediática para latinoamérica creado.
- **6** temas claves priorizados sobre la polarización analizando **2.6** millones de trinos.
- Estudio sobre los discursos de estigmatización y no estigmatización de los líderes y lideresas sociales en, medios de comunicación, la opinión pública en Colombia y redes sociales.

# ¿Con qué causas nos identificamos?

Reconciliación

Igualdad de Género

Transparencia

Defendemos varias causas comunes

Medio Ambiente

Educación

Derechos Humanos

Paz

Empoderamiento Juvenil



Por eso en **2020** activamos a

# la ciudadanía a través de 17 proyectos

## Alianza en respuesta al COVID 19

- Colombia Cuida a Colombia.
- Campañas: Manual para el Bienestar y Pause-Verify.

## Paz, reconciliación y movilización juvenil

- El Avispero.

Campañas: Aprender es juego de todxs, manifiesto por la vida, ojo a la vida, por los jóvenes, mapeo sonoro y código electoral.

## Posicionamiento y protección de liderazgos sociales

- Diciendo y Haciendo.
- Ojo a la vida.
- Estudio sobre los discursos de estigmatización y no estigmatización de los líderes sociales y lideresas en redes sociales, medios de comunicación y la opinión pública en Colombia.
- InfluenSer.

## Medioambiente y empoderamiento de comunidades indígenas y nuevas audiencias

- Cielito Lindo.
- Guardianes del Bosque.
- Estudio de católicos y medio ambiente.
- Estudio de evangélicos y medio ambiente.

## Fortalecimiento de la participación ciudadana y del liderazgo colaborativo

- Participa +.
- Activa Buenaventura.

## Educación y niñez

- DigiMente.
- Súmate al juego.
- Influencer X naturaleza.

## Estudios de audiencias, polarización y migración

- Estudio de audiencias sobre polarización para desarrollar narrativas y agendas de reconciliación entre ciudadanos colombianos y venezolanos.





**¿Cómo lo**

**hicimos?**

**MOVILIZACIÓN EN**

**RESPUESTA AL COVID 19**

# COLOMBIA CUIDA A COLOMBIA



Colombia Cuida Colombia (CCC) es una gran alianza entre la sociedad civil y el sector privado, que de manera colaborativa y articulada, construye soluciones sociales transformadoras a largo plazo. En 2020, más de 400 organizaciones de la sociedad civil y el sector privado se sumaron a CCC para CONECTAR y MOVILIZAR a personas, organizaciones, fundaciones, y empresas. Movilizadorio fue líder del Comité de Comunicaciones y Movilización donde promovió la generación de un tejido humano que trascendiera la crisis para así lograr una transformación de la sociedad colombiana hacia tener mayor solidaridad y participación.

## RETO

Movilizar ciudadanía, organizaciones sociales y sector privado en respuesta rápida a la crisis del COVID-19 en Colombia.

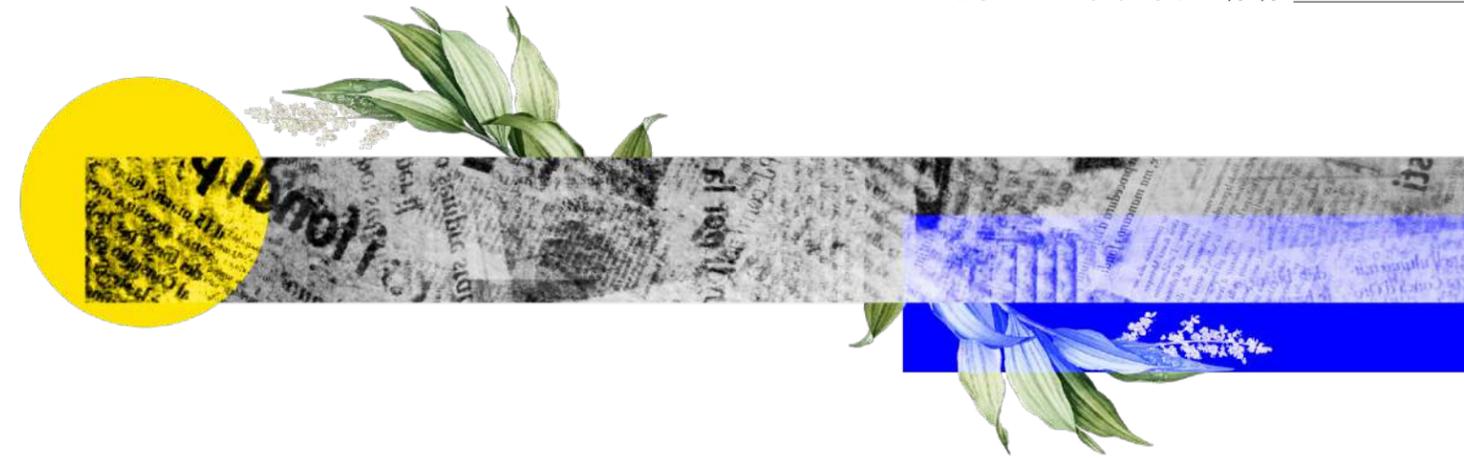
## ESTRATEGIA

Diseñar e implementar la estrategia de comunicaciones y movilización y generar alianzas para visibilizar las diferentes formas en las que las personas pueden apoyar para superar la crisis del COVID-19.

web

INICIO

## Logros de Movilizadorio en la alianza



- Coordinamos la estrategia de comunicación y movilización.
- Diseñamos la marca de CCC.
- Gestionamos todos los canales de crowdfunding.
- Construimos el portal web de CCC.
- Generamos los canales oficiales de comunicación de la alianza.
- Construimos las redes sociales y mediante contenido con muy alta frecuencia generamos reacciones orgánicas que permitieron la pronta verificación de nuestras cuentas.
- Generamos alianzas para el Market Place de voluntarios.
- Apoyamos la gestión de alianzas con **400** aliados, más de **650** voluntarios y más de **15.000** donantes.
- Sumamos aliados claves al comité de comunicaciones.
- Coordinamos una estrategia completa para el evento del 1 de mayo.

## LOGROS de la alianza



- Gestionamos el primer evento multiplataforma de Colombia visto en **+115** países del mundo y una audiencia de **+6** millones de personas.
- Habilitamos 6 canales de recaudo y recibimos donaciones en dinero de **+\$2,033,000,000 COP** y donaciones en especie (alimentos, insumos de bioseguridad, jabón y publicidad en medios de comunicación) por **+\$42.500.000.000 COP**.
- Logramos la participación de 15 artistas y personajes de talla mundial como Shakira, Sofía Vergara, J Balvin, Falcao y Rigo.
- Gestionamos el evento televisivo del 20 de julio ‘Héroes anónimos que cuidan a Colombia’ con Caracol Televisión.
- Gestionamos el evento el 8 de diciembre el Concierto X las Regiones para apoyar a las diferentes zonas del país afectadas por la ola invernal y la pandemia.
- Convocamos a la ciudadanía para donar con un resultado de **+55.000** donantes.

## Logros de la alianza



- Canalizamos **+2** millones de dólares de donaciones en dinero para comprar alimentos a las personas más necesitadas y elementos de bioprotección para el personal de la salud.
- Gestionamos **+30** millones de dólares de donaciones en especie.
- Apoyamos mensualmente con alimentos a **+1.8 millones** de personas en **+158** ciudades y municipios de Colombia.
- Apoyamos con educación a **+200.000** personas colombianas.
- Aceleramos a 30 startups bajo la iniciativa “Reactiva Colombia” con el potencial de generar **+20.000** empleos.



# INICIATIVAS DEL CORAZÓN



**Vitaminas para emprendedores** es una iniciativa creada por docentes, consultores y emprendedores para apoyar a los emprendimientos con buenas prácticas y sobrellevar el impacto de la pandemia de la mejor manera. **#IniciativasDeCorazón.**

COL  
 Mayo 2020  
 VITAMINAS\_LABORALES

**¿YA LEYERON NUESTRO DOCUMENTO DE VITAMINAS LEGALES?, ¿TIENEN PREGUNTAS?**

**#TODOVAESTARBIEN**

En **#LaEducaciónQueNosUne** se articuló la conversación de una iniciativa impulsada desde la Fundación empresarios por la educación para apoyar a docentes, familias y personas cuidadoras en la gestión de las labores de educación en tiempos de la pandemia. Además, se promovió la acción **#GraciasProfe** para el día del profesor.

**#ElLadoBueno**

**4** consejos para que las cuidadoras y los cuidadores promuevan el autocuidado de estudiantes en preescolar y primaria

- 1** Anima a lavarse las manos por 20 segundos.
- 2** Enseñales mediante juegos cómo identificar los síntomas del Covid-19.
- 3** Pídeles que estiren los brazos para impedir el contacto físico.
- 4** Realiza actividades divertidas para explicarles la importancia del lavado de manos.

**ExE EMPRESARIOS POR LA EDUCACIÓN** **#ColombiaCuidaColombia**

# CAMPAÑA: MANUAL PARA EL BIENESTAR



Movilizatorio realizó el **Manual para el bien(estar)**, un documento interactivo construido con el propósito de mitigar los niveles de estrés, la violencia intrafamiliar y apoyar el bienestar emocional.



## LOGROS

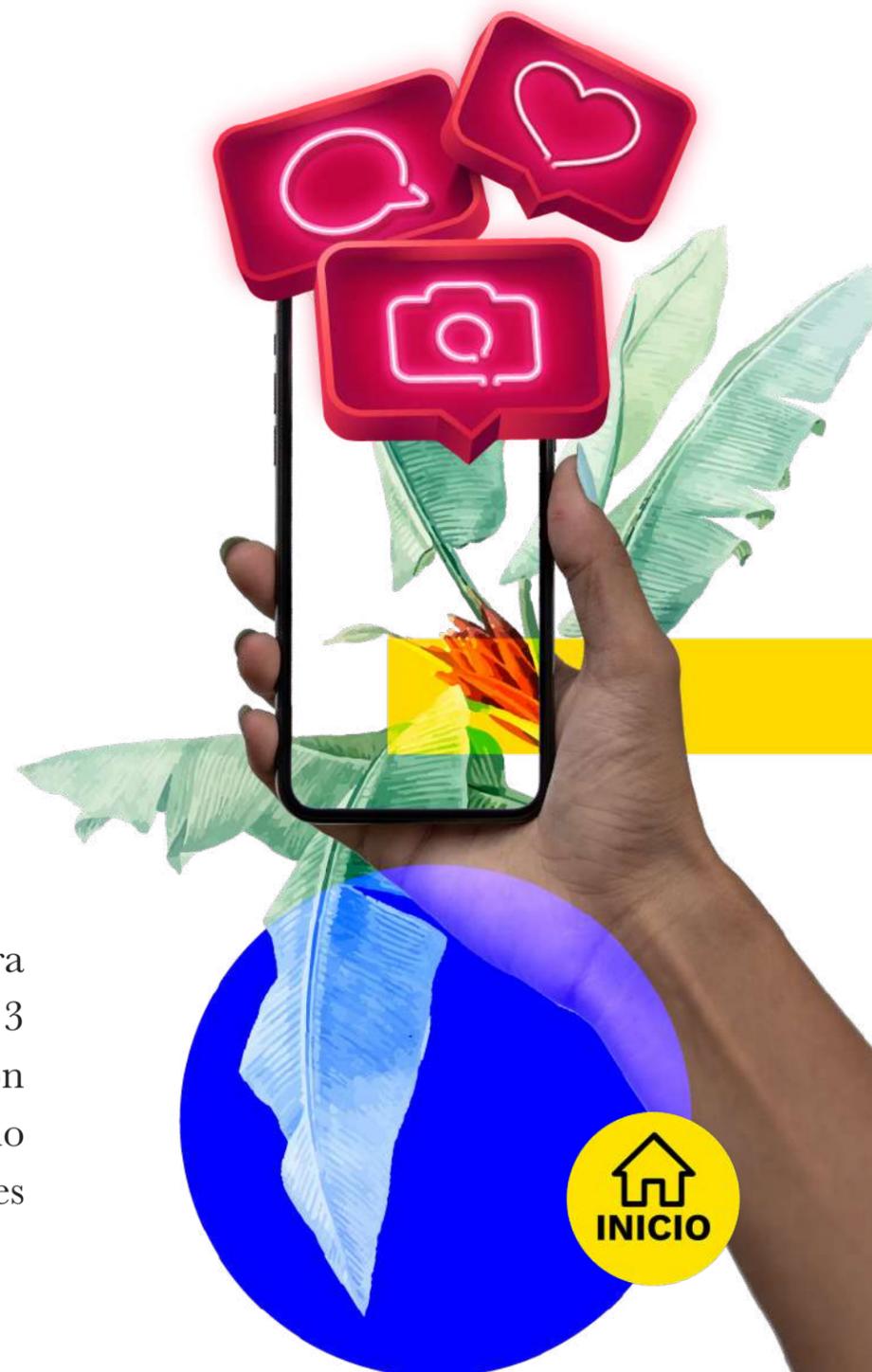
- **+14** aliados sumaron sus herramientas al manual.
- Creamos una página web que permite visualizar el contenido y descargar el Manual en PDF.
- Logramos que **+17.000** personas ingresaran a la página web para descargar el Manual.
- Visibilizamos **+14** iniciativas para mitigar los niveles de estrés, la violencia intrafamiliar y subir el ánimo de los y las profesionales de la salud.



# CAMPAÑA: PAUSE -VERIFY

## LOGROS

- Obtuvimos un alcance en redes sociales de **+822.000** y **+26.437** interacciones a través de las redes sociales de El Avispero y Colombia Cuida Colombia.
- Creamos **+23** alianzas para amplificar la campaña en redes sociales.



Movilizatorio realizó la campaña **#ParaVerificaComparte** para combatir la desinformación en torno al COVID-19. A través de 3 fases la campaña invitó a la ciudadanía a verificar la información antes de compartir en redes sociales y a conocer y utilizar como herramienta a Colombia Check y la campaña de las Naciones Unidas Verifica.

PAZ, RECONCILIACIÓN Y

**MOVILIZACIÓN JUVENIL**

# EL AVISPERO

Movilización ciudadana

Junto a Ford Foundation y Open Society Foundation, Movilizadorio impulsa la participación ciudadana e innovación social a través del fortalecimiento de la red El Avispero, la construcción de paz y el empoderamiento de líderes y lideresas sociales y el liderazgo juvenil en territorio. El Avispero promueve y amplifica causas sociales, tales como medioambiente, construcción de paz, derechos humanos, entre otras, tanto a nivel local como nacional y responde a coyunturas creando dinámicas de campaña basadas en incidencia y visibilización.

## RETO

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

## ESTRATEGIA

Generar una plataforma de intercambio y construcción de impacto colectivo para la comunidad de activistas en Colombia.



# EL AVISPERO

Movilización ciudadana

## LOGROS

- Posicionamos a CCC como referente de respuesta rápida en Colombia.
- Activamos a la ciudadanía para tomar protagonismo y asumir su rol de apoyo ante la crisis generada por el COVID-19.
- Empoderamos a la ciudadanía, a través de campañas de cambio de comportamiento, para que siguieran en su rol como proveedores de ayuda en contextos relacionados a la crisis como - El Huracán Iota y la ola invernal de Colombia.
- Participamos de la Gran Conversación Nacional convocada por el Gobierno Nacional.
- Participamos en la Mesa Medioambiental convocada por el Gobierno donde anunciaron la radicación del Proyecto de Ley para la ratificación del Acuerdo de Escazú en el Congreso de la República.
- Contribuimos para que el actual Gobierno firmara y tomara el El Acuerdo de Escazú como parte de su bandera en temas medioambientales.

- Contribuimos a que Ministerios y la Cancillería hicieran público su apoyo al Acuerdo de Escazú en espacios de debate.
- Incluimos a comunidades étnicas y actores de la organización civil en en la incidencia del Acuerdo de Escazú.



- Articulamos y participamos como una de las organizaciones en la plataforma de emergencia climática que condujo a la aprobación unánime del proyecto: “Declaración de la Emergencia climática” por parte del Concejo de Bogotá y la Administración Distrital.
- Articulamos diferentes activistas, organizaciones y el Gobierno Nacional en el proceso de la declaración de la Emergencia Climática a nivel nacional.
- Convocamos a expertos para una campaña de incidencia de la reforma del Código Electoral que resultó en una reestructuración de la propuesta.
- Visibilizamos el tema de los líderes y lideresas sociales para mantenerlo en la agenda nacional, y a su vez ampliar la población que apoya y simpatiza con dichos liderazgos.
- Creamos la campaña **#SerLiderEs** donde involucramos a 8 Influencers y obtuvimos **+34,130** interacciones en redes sociales.



# DICIENDO Y HACIENDO FASE II



Junto a la Embajada de Suecia en Colombia y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Movilizadorio lideró el proyecto con el objetivo de fortalecer la participación ciudadana juvenil en zonas históricamente afectadas por el Conflicto Armado en Colombia a través de la tecnología y la innovación social.

## RETO

Brindarle a las y los jóvenes líderes pertenecientes a las zonas históricamente afectadas por el conflicto, las herramientas necesarias para dar respuesta a las problemáticas que afectan a sus comunidades por medio del uso de la tecnología cívica.

## ESTRATEGIA

Movilizar y visibilizar a la red en el marco del Festival Tumbaga y lograr su posicionamiento a nivel territorial.

Articular con El Avispero alrededor de dos campañas y la creación de un mapa sonoro colaborativo para denunciar la situación de seguridad actual de forma anónima y a través de una organización externa al territorio.



lógicas diseñadas durante las etapas 1 y 2 del proyecto para las iniciativas en el marco del festival Tumbaga.

- Promovimos el trabajo colaborativo partiendo del entendimiento de las problemáticas territoriales y las posibilidades de acción por parte de la red.
- Realizamos 9 espacios de mentoría conjunta y gestionamos espacios de encuentro virtual con la red.
- Articulamos la red con El Avispero a través de las campañas Colombia es joven y el Manifiesto por la vida con **+600.000** de alcance redes sociales y **+8.000** interacciones en redes sociales.

## LOGROS

- Planeamos y realizamos acciones conjuntas como red a través de 5 espacios tipo conversatorio para presentar a las juventudes de Córdoba y Urabá temas de interés nacional y regional en el marco del Festival Tumbaga.
- Logramos la participación de **+2500** personas, **+12** expertos y **+430** interacciones en redes sociales en los espacios de la red.
- Creamos un mapa sonoro colaborativo y recopilamos 17 audios.
- Reactivamos el uso de las herramientas tecno-



POSICIONAMIENTO Y PROTECCIÓN

**DE LIDERAZGOS SOCIALES**

# OJO A LA VIDA



Junto a GIZ y a la RedProdepaz, Movilizadorio realizó un proyecto con el fin de repensar la protección de los líderes y lideresas 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 a la vida y para fortalecer el trabajo de líderes y lideresas.

## RETO

Fortalecer el trabajo de líderes y lideresas, mediante la prevención y protección frente a ataques violentos con el desarrollo de estrategias on-line y off-line.

## 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 a la vida.



## LOGROS

- Adaptamos una metodología de taller online.
- Creamos **11 protocolos de seguridad de los 13 Programas de Desarrollo y Paz que participaron en el taller.**
- Gestionamos una cartilla impresa para replicar la metodología de Ojo A La Vida en los 13 Programas de Desarrollo y Paz.
- **Logramos que 30 líderes y lideresas** participaran en los talleres con una participación promedio de **93.3%**.
- Conseguimos **+ 1.400** firmas nacionales e internacionales en la campaña de Ojo A La Vida.



## **Estudio sobre los discursos de estigmatización y no estigmatización de los líderes y lideresas sociales en redes sociales, medios de comunicación y la opinión pública en Colombia.**

Junto a USAID y Chemonics, Movilizadorio realizó un análisis de discurso de odio y estigmatización en redes sociales e internet para dar recomendaciones a la comunidad de derechos humanos nacional e internacional. El diagnóstico, las estrategias y datos fueron socializados y accesibles a la comunidad de derechos humanos, para permitirles orientar la realización de campañas a futuro sobre el tema del asesinato y amenazas a los líderes y lideresas.

### **RETO**

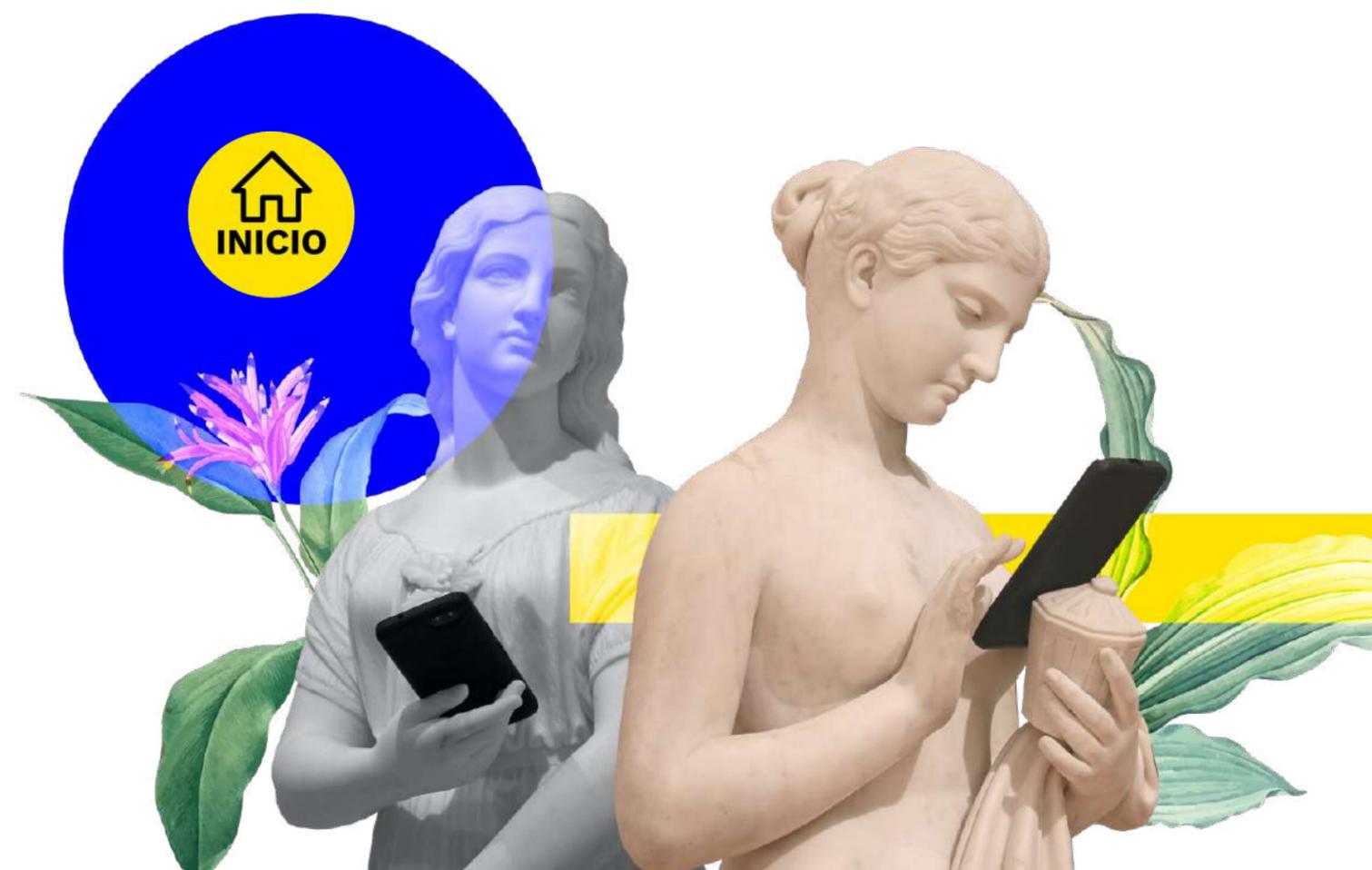
Analizar los discursos de odio y estigmatización alrededor de líderes y lideresas sociales.

### **ESTRATEGIA**

Establecer cuales son los principales emisores y receptores de mensajes estigmatizadores, a partir de la minería de datos. Estas mediciones se hicieron a través del monitoreo de redes sociales y del seguimiento a momentos específicos como la implementación de campañas.

### **LOGROS**

- Realizamos un estudio para establecer los discursos del odio y estigmatizadores que circularon en medios de comunicación on-line durante el 2019.
- Analizamos campañas de anti estigmatización que intentan visibilizar y responder a problemáticas de los asesinatos y amenazas de líderes sociales.
- Realizamos documentos con recomendaciones de manejo y respuesta de los ataques en redes y personales a líderes y lideresas sociales.
- Utilizamos medios mixtos de investigación y análisis cuantitativo para analizar información recolectada mediante minería de datos.



# INFLUENSER

Junto a USAID y Chemonics, Movilizadorio lideró una estrategia de comunicación que ofrece herramientas para sensibilizar y desarrollar prácticas comunicativas que no violenten la vida, las causas ni los procesos que defienden lideresas y líderes sociales en sus comunidades.

## RETO

Cambiar discursos y narrativas estigmatizantes, minimizadoras o justificadoras de la violencia de la que lideresas 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.

## ESTRATEGIA

Desarrollar una campaña de comunicaciones que permita generar conciencia y promover buenas prácticas para la defensa de la causa de los y las lideresas sociales, 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.



## LOGROS

- Realizamos el lanzamiento de la campaña **#SerLiderEs** obteniendo un alcance de **+609.000** y llegando a **+34.130** interacciones en redes sociales.
- Involucramos a **18** Influencers en la campaña **#SerLiderEs**.

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

# CIELITO LINDO

Una persona inhala en promedio **8 litros de aire** por minuto, **11,520 litros al día.**

Y tú, ¿Sabes qué tan limpio es el aire que respiras?

Cielito Lindo

INICIO

Junto al Urban Movement Innovation Fund, Movilizadorio inició la implementación de diferentes campañas experimentales en Bogotá y Ciudad de México, para cambiar el comportamiento de la ciudadanía y que promuevan políticas públicas, que ayuden a mejorar la calidad del aire.

## RETO

Movilizar y fortalecer redes colaborativas en la pandemia que incidan positivamente en la calidad del aire en Bogotá y Ciudad de México.

## ESTRATEGIA

Promover el uso de la bicicleta como medio de transporte cotidiano a través de un experimento de campaña ciudadana.

Desarrollar un Test A-B en redes sociales para promover la movilidad compartida a través de un experimento de incidencia con la Secretaría de Movilidad.

Involucrar a las empresas en la movilización por la calidad del aire.

## LOGROS BOGOTÁ

- Creamos un modelo experimental para testear los mejores mensajes que puede promover la Secretaría de Movilidad en Bogotá para incentivar la movilidad sostenible.
- Identificamos las principales barreras y oportunidades para la acción que existen en torno a movilidad sostenible, teletrabajo y horarios escalonados en Colombia en tiempos de COVID-19.
- Entrevistamos a **+40** actores ciudadanos, institucionales y empresariales para mapear las iniciativas existentes en el país y generar una articulación como base de un movimiento ciudadano para la movilidad sostenible en 2021.

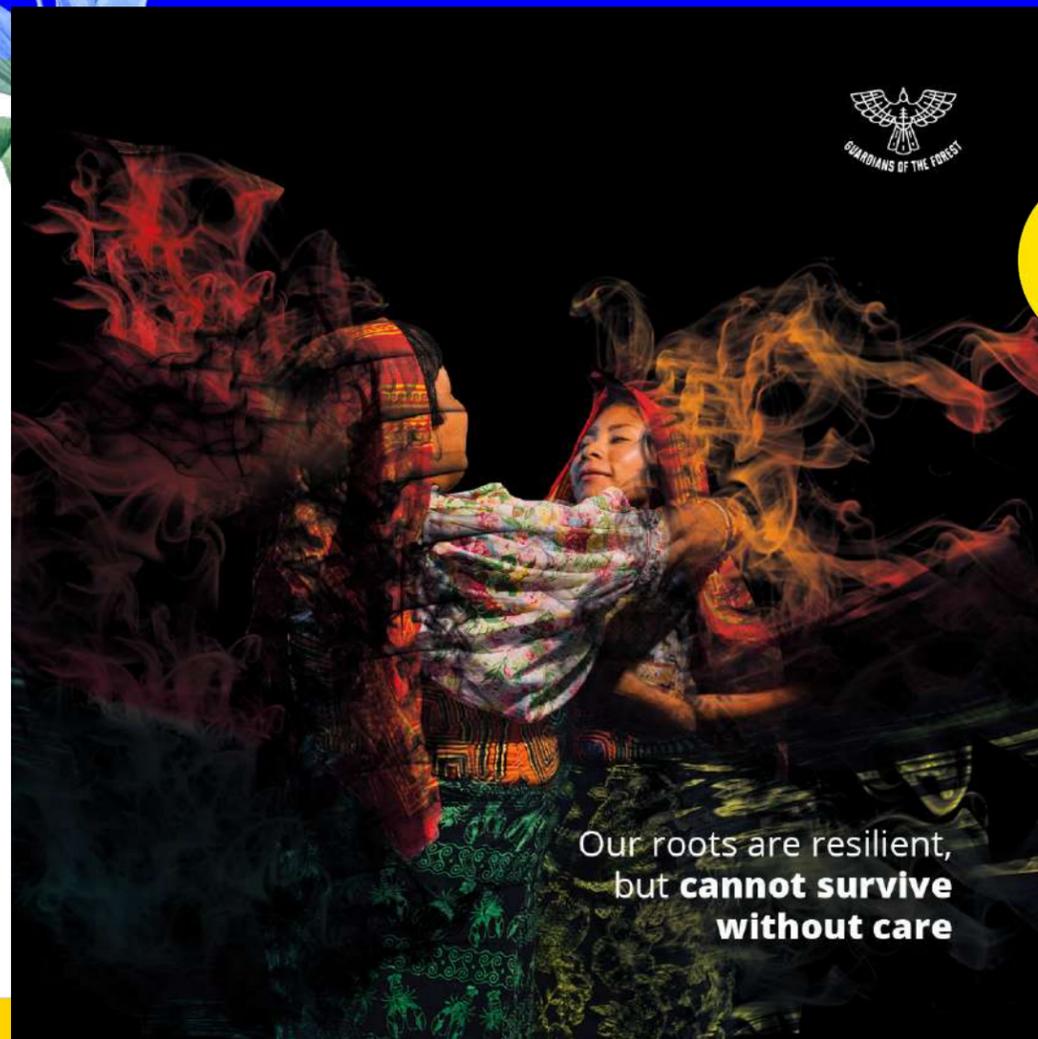


## LOGROS CIUDAD DE MÉXICO

- Generamos un taller de ideas con organizaciones expertas en movilidad para definir los elementos de la estrategia de la Campaña para la Movilidad Institucional.
- Generamos un taller de lluvia de ideas con 4 grupos de rodadas para definir los elementos de la estrategia de la campaña Ciudadana.
- Realizamos un mapeo e inicio de gestión de alianzas con empresas y potenciales aliados para el 2021.
- Consolidamos la alianza con **“Tú en Bici”** para reforzar su oferta de servicios en la promoción del uso de la bicicleta en empresas de la Ciudad de México y para ofrecer planes de movilidad a potenciales clientes públicos y privados.



# GUARDIANES DEL BOSQUE



Our roots are resilient,  
but **cannot survive**  
without care

Junto a Purpose y Fundación Ford, Movilizadorio 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 Sudamérica e Indonesia.

## RETO

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

## ESTRATEGIA

Diseñar estrategias de campaña digital, activaciones presenciales y capacidad instalada para la transformación.

## LOGROS

- Alcanzamos a **+7 millones** de personas a través de redes sociales.
- Contamos con más de **120 donantes directos** a la campaña Guardianes del Bosque.
- Entrenamos a **80 comunicadores locales**, jóvenes y líderes y lideresas políticos de la alianza en campaña digital y vocería.
- Recaudamos **+38.000 dólares** para ser invertidos directamente en acciones de lucha contra COVID-19 e incendios forestales en comunidades indígenas y locales.
- Posicionamos a los Guardianes del Bosque ante el movimiento climático juvenil, incluyendo espacios con **Youth4Nature, Extinction Rebellion y Fridays for Future a nivel global.**



## ESTUDIO CATÓLICOS

### + MEDIO AMBIENTE



Mutirão para  
realmar a economia:  
**acolhida, solidariedade e luta!**

Junto al Purpose Climate Lab - Brasil, Movilizadorio implementó el proyecto con el objetivo de comprender la relación entre la fé católica, la política y el medio ambiente para movilizar a la comunidad a comprometerse con la agenda de la Economía de Francisco y Clara propuesta por el Papa Francisco.

## 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.

## ESTRATEGIA

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

## LOGROS

- Implementamos una encuesta nacional realizada a **+1.500 personas católicas** en Brasil.
- Trabajamos con **10 organizaciones** católicas y de la sociedad civil en Brasil.
- Consolidamos las redes sociales con **+5.7K** seguidores en **Instagram, Facebook y Twitter.**
- Desarrollamos una plataforma de crowdsourcing para lanzar en 2021.
- Visibilizamos las propuestas y principios de la Economía de Francisco y Clara en Brasil a través de redes sociales.

# ESTUDIO EVANGÉLICOS

## + MEDIO AMBIENTE



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.

## 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 evangélica para diseñar las mejores estrategias y mensajes que permitan persuadir a la comunidad en pro de una agenda ambiental fuerte.

## ESTRATEGIA

Realizar una investigación nacional, así como encuentros con líderes de fe y organizaciones interesadas para encontrar la mejor forma de conectar y movilizar a la comunidad evangélica.

## LOGROS

- Realizamos una encuesta nacional a **+2.000** personas evangélicas en Brasil y socializamos los resultados con grupos de interés.
- Impulsamos la creación de una coalición de más de **18 personas** representantes de iglesias y organizaciones evangélicas en Brasil.
- Desarrollamos un mini sitio para promover **la preservación ambiental** y testear mensajes hacia la comunidad.
- Visibilizamos la coalición a través de un artículo en el diario **O Globo**.

**FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN  
CIUDADANA Y DEL LIDERAZGO  
COLABORATIVO**

# PARTICIPA +



Junto a la Fundación Corona, Movilizadorio busca entender de manera amplia y con bases académicas el involucramiento ciudadano efectivo entendido como un proceso ampliado de participación que logra que la ciudadanía construya su propio poder y creen un impacto social positivo.

## RETO

Enfocar, evaluar y articular los esfuerzos para trabajar por la actualización y testo de contenidos académicos novedosos en torno a la participación ciudadana.

## ESTRATEGIA

Diseñar, fortalecer y evaluar un modelo de participación ciudadana con una visión sistémica de los retos, oportunidades y mejores estrategias para el involucramiento ciudadano.





## LOGROS

- Realizamos un piloto integral del Modelo en Buenaventura.
- Gestionamos **3** implementaciones por componentes del Modelo: Diciendo y Haciendo, El Avispero y Estigmatización y discursos de odio contra líderes sociales.
- Comprobamos **8** hipótesis del Modelo en el componente de liderazgo e incidencia a través de gestión del conocimiento.
- Diseñamos la ruta, metodología y herramientas para gestionar el conocimiento de **3** casos de análisis.
- Diseñamos una ruta de gestión del conocimiento que sirve para retroalimentar al Modelo conceptualmente y a las iniciativas de Modelo desde aspectos técnicos con **3** herramientas para su implementación.

- Hallamos **5** aprendizajes que, a partir de las iniciativas priorizadas y la particularidad de los casos, representan una retroalimentación al Modelo, específicamente al componente de incidencia y las precondiciones para un ejercicio efectivo.
- Desarrollamos un documento técnico que retroalimenta el Modelo en sus hipótesis y supuestos a partir de los aprendizajes de la territorialización del Modelo por Movilizadorio.



# ACTIVA BUENAVENTURA



Junto a USAID, Ford Foundation, Fundación Carvajal, Fundación Corona, ProPacífico, Gases de Occidente, Sociedad Portuaria de Buenaventura, Extituto de Política Abierta y el Instituto Republicano Internacional, Movilizadorio participó en la alianza, mediante la creación de una plataforma virtual, con el objetivo de consolidar una ciudadanía participativa, crítica y activa en el Distrito Especial, Industrial, Portuario, Biodiverso y Ecoturístico de Buenaventura.

## 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.

## ESTRATEGIA

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

## LOGROS

- Construimos una estrategia marco para la apropiación e incidencia de la plataforma aportando a la organización de actores a nivel territorial alrededor de causas ciudadanas.
- Desarrollamos **la plataforma Marea Digital** para reportar la situación de seguridad, educación, salud, violencia de género, temas COVID-19 e infraestructura.
- Generamos la visibilización de iniciativas en un mapa articulando la participación en el territorio.

- Involucramos a **+20 líderes/as** en el proceso de co-construcción de Marea Digital.
- Realizamos un lanzamiento nacional y local donde se abrió al público Marea Digital en conjunto con 2 innovaciones cívicas construidas en el marco del proyecto.
- Consolidamos la plataforma Marea Digital impulsando **+250** reportes ciudadanos.





**EDUCACIÓN**

**Y NIÑEZ**

# DIGIMENTE

DIGIMENTE  
LE APUESTA  
A LA PARTICIPACIÓN  
**ACTIVA**  
Y RESPONSABLE



**DigiMENTE**  
FUNDACIÓN MEDIÁTICA PARA AMÉRICA LATINA

  
**INICIO**

Junto a Teach For All, Enseñá por Argentina, Enseña por Colombia, y Enseña por México con el apoyo del Google News Initiative, Movilizadorio apostó a fomentar la educación mediática en Hispanoamérica para formar a una juventud crítica, capaz de evaluar y analizar fuentes de información, participar activamente y reflexionar éticamente.

## RETO

Fortalecer las habilidades de la juventud de América Latina Hispanohablante frente a la información y desinformación que enfrentan con los retos actuales y futuros en el ecosistema mediático.

## ESTRATEGIA

Crear un currículo de alfabetización mediática contextualizado para la región y desarrollar una estrategia de socialización para fomentar la apropiación y adopción del currículo en el sistema educativo formal e informal de la región.

## LOGROS

En la etapa piloto del proyecto:

- Logramos la participación de **+500** estudiantes en Argentina, Colombia y México de acuerdo con el contexto de cada región.
- Realizamos **43** entrevistas individuales y **4** grupos focales.
- Entrenamos a **20** docentes.
- Contamos con **15** colegios participantes en **13** ciudades diferentes.
- Realizamos **19** publicaciones en medios de Argentina, Colombia y México.

¿EVALUAR,  
INFORMACIÓN?  
CRÍTICAMENTE



DigiMENTE  
EDUCACIÓN DIGITAL PARA AMÉRICA LATINA

# COLORÍN COLORADO



Junto a LEGO Foundation y Purpose, Movilizadorio desarrolló una estrategia para posicionar el aprendizaje a través del juego para la niñez entre madres, padres y personas cuidadoras. Esta iniciativa comenzó en Brasil, México y Colombia y a partir del 2021, se desarrollará en Brasil, Colombia, Rwanda y Sudáfrica.

## RETO

Lograr que más padres, madres, cuidadores y profesores incluyan dentro de sus dinámicas de aprendizaje por el juego como una herramienta para aprender.

## ESTRATEGIA

Implementar campañas donde se evidencie la importancia del juego en el desarrollo de niñas y niños, con el objetivo de cambiar la percepción y posicionar el juego como motor de aprendizaje.

Crear herramientas y narrativas diversas sobre aprendizaje a través del juego y alianzas con influenciadores y actores clave para difundir en sus redes.



## LOGROS

- Desarrollamos y lanzamos **6** campañas en México, Brasil y Colombia sobre ideas sencillas para jugar en casa durante el confinamiento derivado por el COVID-19, experiencias y habilidades que se potencian a través del juego.
- Logramos un alcance de **+700K** en redes sociales por campaña.
- Gestionamos **+70** alianzas claves en México y Colombia con instituciones educativas para incorporar los recursos en espacios masivos de promoción del aprendizaje.
- Gestionamos **+ 70** publicaciones en medios de comunicación en Colombia y México.



**Jugando**  
aprendemos que  
el ballet y las  
coronas son para  
**todas y todos.**

**Jugar no  
tiene género.**  
**#ColorínColorado**  
este cuento ha  
cambiado.

# 1 #jugandoaprendo (Fase 1)

## ESTRATEGIA MÉXICO CAMPAÑA



### ESTRATEGIA

**#JugandoAprendo** se realizó conjuntamente con la organización Ateconqueso para mostrar a padres, madres y personas cuidadoras cómo crear experiencias de aprendizaje a través del juego usando libros, para incentivar más acciones de LtP (*Learning Through Play*), usando recursos online, como videos, posts con influencers y desarrollo de una sección de LtP dentro de la página de Ateconqueso y acciones offline como activaciones de guerrilla marketing en el metro de la Ciudad de México.

### LOGROS

- Capacitamos a un área de la Secretaria De Seguridad Ciudadana en Ciudad de México para promover la campaña.
- Generamos interacciones positivas por el público objetivo con contenido Learning Through Play en diferentes plataformas
- Vínculamos **6** Influencers y se publicaron **30** artículos en medios reconocidos sobre la campaña.
- La campaña alcanzó a **276K** personas y **17K** interacciones.



# 2 #EsTiempoDeJugar (Fase II)

*ESTRATEGIA MÉXICO CAMPAÑA*



## ESTRATEGIA

**#EsTiempodeJugar** es una campaña sin branding de instituciones, en donde a través de multi-formatos en redes sociales, como videos, infografías, artículos y webinars con personas expertas, se plantearon ideas sencillas para jugar en casa durante el confinamiento derivado del COVID-19 y se amplificaron estos recursos a través de comunicados de prensa a medios y alianzas con la Secretaría de Educación Pública para que los adopten como parte de sus programas educativos.

## LOGROS

- Conseguimos un espacio periódico en televisión nacional para mostrar contenidos de la campaña a **52** millones de personas.
- Logramos incorporación de contenidos de la campaña al programa de enseñanza de la Secretaría de Educación Pública, impactando a aproximadamente a **4.5** millones de niñas y niños.
- En redes sociales impactamos a **947K**, personas, tuvimos **24K** interacciones.
- **37** medios publicaron sobre la campaña.
- Logramos **+30** alianzas con influencers, socios y otras instituciones.



# 3 #EsTiempo de quedarse en casa

## ESTRATEGIA MÉXICO CAMPAÑA

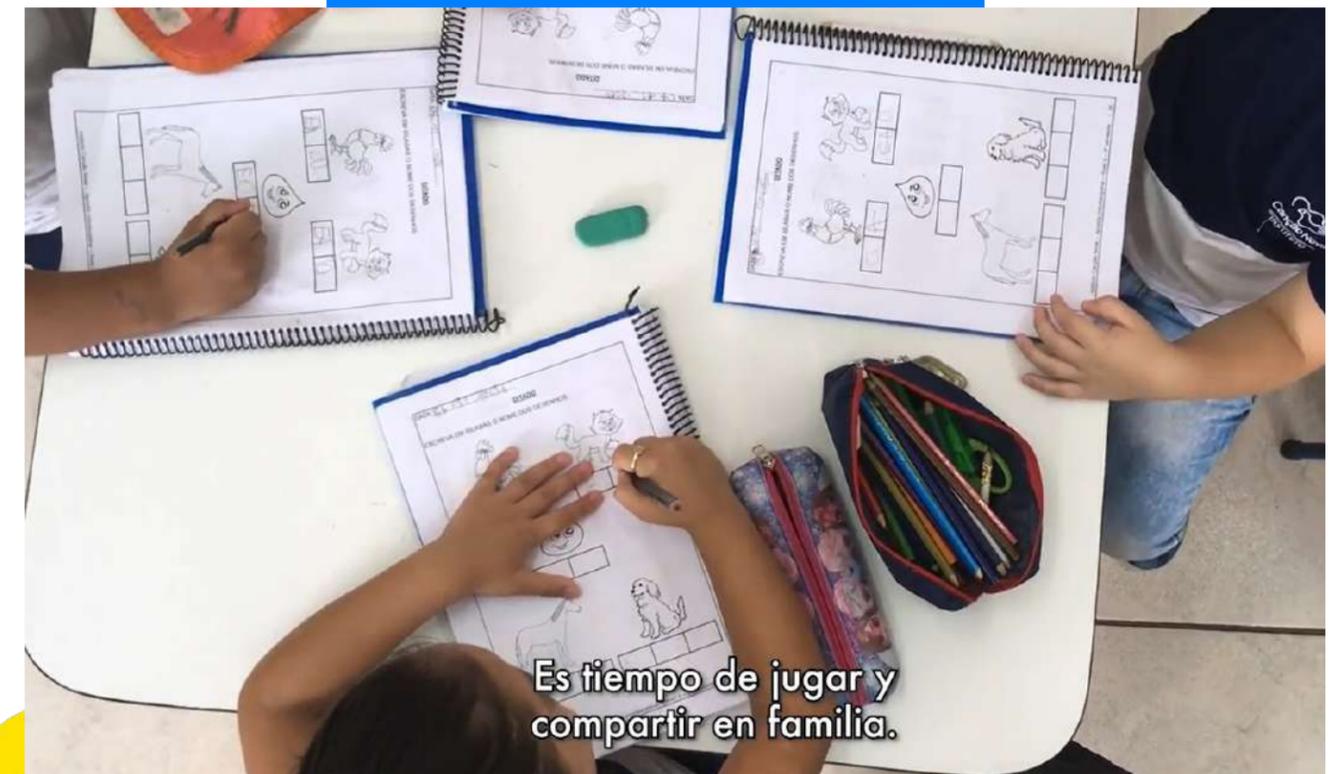


### ESTRATEGIA

Desarrollamos una campaña audiovisual para fomentar la resiliencia ante la pandemia, incluyendo al juego como una de las estrategias para lograrlo.

### LOGROS

- Nuestros contenidos fueron reproducidos más de **90k** veces.



# 1 #LideraElJuego (Fase I)

*ESTRATEGIA COLOMBIA CAMPAÑA*



## ESTRATEGIA

### #LideraElJuego

El liderazgo a través del juego es el protagonista de esta campaña. La campaña pretendía evidenciar qué jugaron las personas en su infancia y cómo eso les ayudó a convertirse en lo que hoy son. A su vez, nos permitió reflexionar sobre cómo las habilidades aprendidas durante los juegos en la infancia aportaron en gran medida al liderazgo.

## LOGROS

- Logramos que figuras públicas compartieran contenido.
- Generamos interacciones positivas con contenido Learning Through Play en diferentes plataformas.
- Obtuvimos entrevistas de radio con los influencers para hablar sobre juego.
- **423K** personas ingresaron al quiz.
- **4.9** millones de cuentas individuales que ingresaron a la fanpage.
- **20.5** millones de impresiones.
- **2.1** millones de interacciones.
- Alianza con **4** influencers.



# 2 #AprenderEs unJuegoDeTodxs (Fase I)

ESTRATEGIA COLOMBIA CAMPAÑA

## ESTRATEGIA

**#AprenderEsUnJuegoDeTodxs** colaboró con organizaciones expertas en aprendizaje a través del juego para crear un Toolkit y un microsite con Red PaPaz, Mamá Contigo, Red Mujeres x el Mundo, CoolMama, Crianza Consciente, Caín Press y Liga de los Múltiples.

Esto permitió que el mensaje se pudiera adaptar para que fuera compartido por diferentes organizaciones, influencers e instituciones privadas y públicas.

## LOGROS

- Logramos que organizaciones no especializadas en juegos compartieran el Toolkit.
- Logramos la publicación del Toolkit en la página de herramientas para aprender en casa del Ministerio de Educación.

- Generamos que 10 Mamás y papás influencers compartieran juegos a través de Instagram.
- Generamos más de **693.625** en engagement y más de **9.258** Interacciones.
- **102.3K** personas accedieron al micrositio.



# INFLUENCER X NATURALEZA



Junto a Fondo Acción, Movilizadorio creó un espacio de aprendizaje y movilización para que adolescentes encuentren recursos para aprender del medio ambiente, se movilicen por estas causas y se visibilice el importante rol de los jóvenes en el cuidado de la naturaleza.

## RETO

Contribuir a cerrar la brecha en el acceso a educación ambiental en Colombia y promover la cultura de participación de niños, niñas y adolescentes, en la que puedan ejercer debidamente su derecho constitucional.

## ESTRATEGIA

Implementar una estrategia de movilización, comunicación y aprendizaje para adolescentes entre los 13 y los 15 años, en la cual se difunda un plan de actividades enfocadas al desarrollo de habilidades centrales para el fortalecimiento de su participación, a través de redes sociales.



## LOGROS

- Generamos una estrategia de movilización que facilitó la participación efectiva, el intercambio intergeneracional y la articulación de oportunidades de participación de adolescentes con el entorno familiar y escolar.
- Gestionamos **20 actividades interactivas** para fortalecer las habilidades claves para la participación medioambiental en adolescentes.
- Aumentamos la visibilidad de las y los adolescentes como actores de cambio en el cuidado del medio ambiente a través de redes sociales.
- Obtuvimos **+22.650 interacciones** en redes sociales con un alcance de **+874.240 y +173.200** visitas al perfil de Instagram
- Despertamos el interés de jóvenes para incidir en el temas medioambientales en sus redes sociales con más de 3 casos de éxito de adolescentes.
- Obtuvimos orgánicamente el involucramiento de figuras públicas, como **Héctor Buitrago** y el **Embajador Británico**, en el proyecto para visibilizar la iniciativa.

# INFLUENCER

## X NATURALEZA



ESTUDIO DE AUDIENCIAS,

**POLARIZACIÓN Y MIGRACIÓN**

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

Junto con Fundación Santo Domingo y Ford Foundation, Movilizadorio lideró el estudio que busca analizar los temas de xenofobia y polarización en la sociedad colombiana, en seis temas: acuerdo de paz, protesta social, corrupción, género y derechos LGTBI, medio ambiente y migración venezolana mediante la metodología desarrollada por More in Common.

### RETO

Entender los temas que movilizan a la población colombiana y generan polarización/división o consenso/cohesión social, qué relaciones existen entre ellos y qué valores se les asocian.

### ESTRATEGIA

Detectar los de temas recurrentes y movilizantes a través de análisis de literatura académica, análisis de encuestas y data mining preliminar en redes sociales.

### LOGROS

- Realizamos un análisis para mapear 6 temas en redes durante el 2020: acuerdo de paz, protesta social, corrupción, género y derechos LGTBI, medio ambiente y migración venezolana.
- Realizamos A/B Testing de los seis temas para observar los temas con mayor receptividad a través de interacciones, comentarios, alcance y realizando un análisis de sentimientos en cada línea temática.
- Realizamos un estudio de migración, Venezuela y Xenofobia.



CAMPAÑAS DE

**EL AVISPERO 2020**



# JUEGOS PARA APRENDER

## APRENDER ES JUEGO DE TODXS



Movilizatorio lideró la iniciativa Aprender es un Juego de Todxs que promueve herramientas para desarrollo de aprendizaje a través del juego. Fue distribuido en diferentes canales incluido el Ministerio de Educación en su página web a través de un PDF.

**+102.3K** personas accedieron al micrositio.





## POR LOS JOVENES

Movilizadorio lideró la iniciativa Por los jóvenes para visibilizar la situación y las **masacres** ocurridas durante el mes de Agosto 2020 donde frecuentemente fueron víctimas menores de edad y jóvenes.

Incidimos y pasamos de la indignación a la acción, al enviar **Derechos de petición** de manera masiva para el esclarecimiento de los hechos y la solicitud de garantías de no repetición.

**+316 firmas por la vida.**



# OJO a la VIDA

En Colombia nos  
están matando y  
*¡no basta con  
indignarnos!*

Defender los Derechos  
Humanos y el medio  
ambiente no nos  
debería costar la vida

**TU FIRMA  
PUEDE SALVAR  
UNA VIDA!**

[www.takeactionforlife.bonde.org/](http://www.takeactionforlife.bonde.org/)

**¡FIRMA YA!**

# Take Action for LIFE

## OJO A LA VIDA

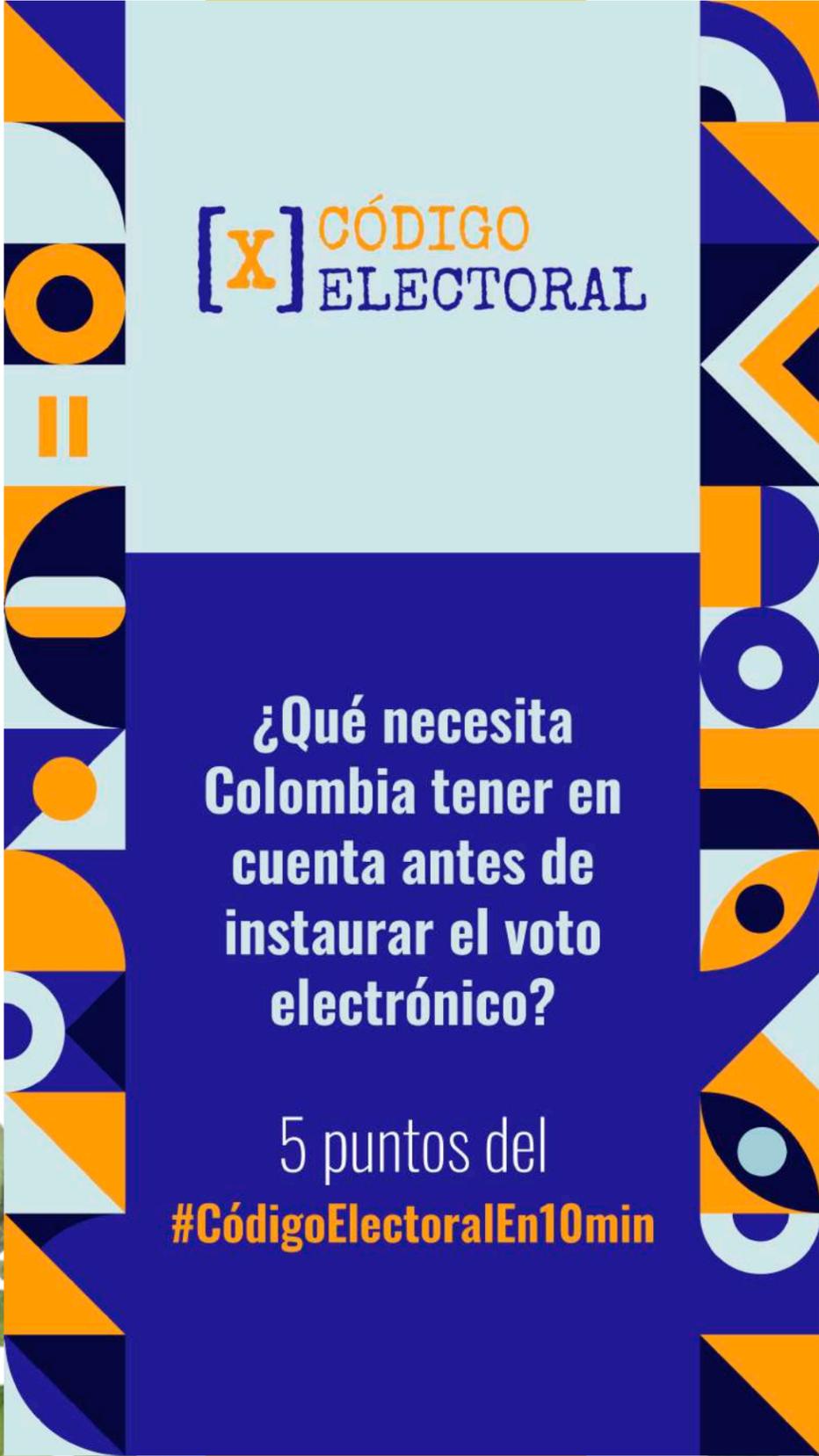
Creamos una herramienta de incidencia con la que la ciudadanía puede exigir la creación de un conpes al Gobierno Nacional.

**+1.493 firmas por la vida**

Visibilizamos el tema de los líderes y lideresas sociales para mantenerlo en la agenda nacional, y a su vez ampliar la población que apoya y simpatiza con dichos liderazgos.

El video compilatorio fue publicado en 4 idiomas contando con **+410.431** reproducciones totales.





## [X] CÓDIGO ELECTORAL

¿Qué necesita  
Colombia tener en  
cuenta antes de  
instaurar el voto  
electrónico?

5 puntos del  
**#CódigoElectoralEn10min**

# CÓDIGO ELECTORAL



Movilizatorio lideró la campaña de comunicación **#CódigoElectoralSíPeroNOAsí** para informar sobre la reforma al código electoral a personas que se están familiarizando con el tema.

Se realizaron **6 sesiones LIVE** con un total de reproducciones de **+54.132**.



## [X] CÓDIGO ELECTORAL

¿Sabe usted qué es el  
Código Electoral?

**Código sí, pero no así**



Defender la vida, alzar nuestras voces y  
reclamar por nuestros derechos no nos  
convierte en el enemigo

#ManifiestoXlaVida

## MANIFIESTO POR LA VIDA

Movilizatorio lideró una herramienta para que la ciudadanía, desde la indignación, proposición y voluntad de transformación, manifestara su llamado para crear un país incluyente.

Impulsamos la participación ciudadana como herramienta clave para la construcción de paz desde la exigencia de la protección a la vida y los derechos, garantías de participación y el trabajo colaborativo y en red.

**+100 personas han firmado el manifiesto.**





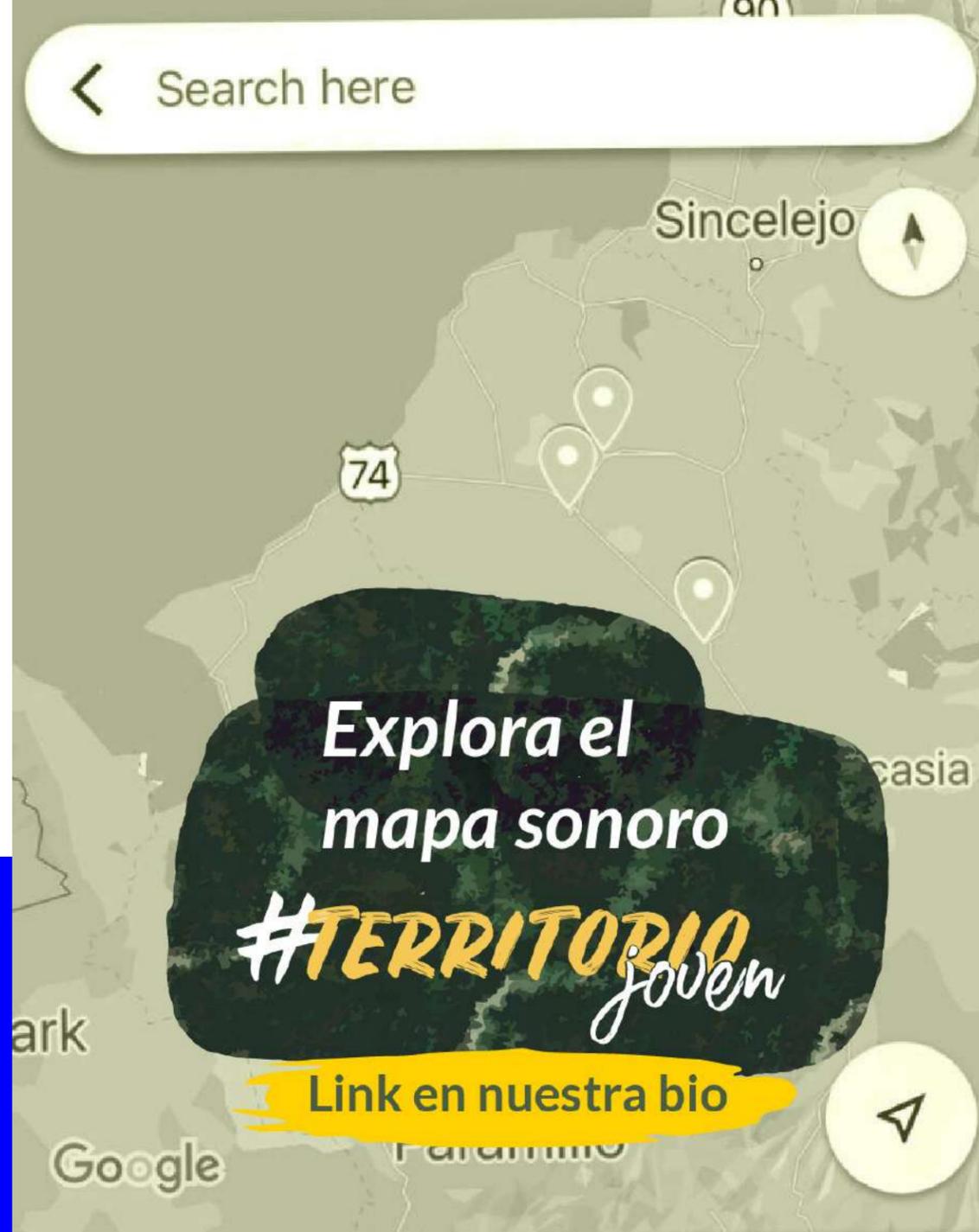
# MAPEO SONORO

Movilizatorio articuló 5 iniciativas de Córdoba y el Urabá antioqueño para promoviendo una conversación para visibilizar de manera segura las voces de la juventud que construye paz en Colombia.

+7.650 visitas al mapa.  
+79.500 interacciones.  
+1.350.700 alcance.



WEB



## #TerritorioJoven - Explora el mapa sonoro

¿Sabes lo que dice la juventud de la red Diciendo y Haciendo sobre la relación entre territorio, memoria y paz? De ellos y ellas...

VIEW MAP LEGEND

# EVENTOS

*Espacios donde presentamos el trabajo de Movilizadorio:*

- Build Peace 2020.
- Reunión anual 2020 del centro mexicano para la filantropía.
- Evento de UMI Fund Streets for People: Transport and Mobility Campaigns.
- 31U Panel Discussion.
- Candid Tea & Topics.
- Newsgeist Virtual Sessions.
- Gobernanza y democracias participativas-Cabildo X LATAM
- Democracia viva.
- Foro Mujer Emprendedora 2020.
- Reunión Anual del CEMEFI.
- Participación Digital- Change.org.
- Open Ideo The future of urgent COVID -19 response innovation in the global south.
- FITS en la conversación Campañas y Movilización Social - Wingu.



# NUESTROS ALIADOS



Al servicio de las personas y las naciones



# NUESTROS ALIADOS IMPLEMENTADORES 2020



# NUESTRO EQUIPO





**¡GRACIAS!**

**AL APOYO DE**

**NUESTROS ALIADOS Y**

**NUESTRO EQUIPO**

SEGUIREMOS  
**CONECTANDO**  
PARA EL

**CAMBIO**







# MOVILIZATORIO

Conectando para el cambio