USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA | CLIMA, NATURALEZA y COMUNIDADES en Guatemala

Rainforest Alliance

WWF

The Nature Conservancy
Conservando la naturaleza.
Protegiendo la vida.

Universidad del Valle de Guatemala
Excelencia que trasciende
DelValle Grupo Educativo

Defensores de la Naturaleza

AGEXPORT
Asociación Guatemalteca de Exportadores

# PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

## CONTENIDO

Página
I. Introducción……3
II. Objetivos……4
III.Obligatoriedad……5
IV. Diagrama del funcionamiento colaborativo de la comunicación del CNCG ……6
1. Definición del consorcio, de sus miembros y sus responsabilidades de comunicación……7
2. Matriz de productos y actividades de comunicación……8
3. ¿Qué es la marca ó "branding"?……9
4. ¿Qué es el marcaje ó "marking"?……9
5. Protocolo de comunicación institucional(Descripción)……11
6. Nombre oficial del programa……11
7. Siglas del programa……11
8. Sub-marca (logo) del programa CNCG……11
9. De la visibilidad del CNCG en relación con su cuota de participación y responsabilidad en actividades realizadas……13
10. De la autorización para el uso y producción de materiales de comunicación con el logo del CNCG……14
11. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación del programa CNCG……15
12. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación en sociedad……15
13. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación de terceros……15
14. Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas del programa CNCG……16
15. Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas en sociedad……16
16. Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas de terceros……16
17. Descargo de responsabilidad (Disclaimer)……17
18. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas para actividades del CNCG……17
19. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas para actividades organizadas en sociedad……18
20. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas para actividades de terceros……18
21. Procedimiento para el uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube y Flickr) del CNCG……18
22. Procedimientos para el manejo de prensa……18
23. Vocería oficial……19
24. Procedimiento para la elaboración y distribución de un comunicado de prensa, convocatoria de prensa o historia de éxito del CNCG……19
25. Procedimiento para la actualización de contenidos del sitio WEB……20
26. Celeridad en los procedimientos de aprobación……20
27. Comunicaciones oficiales del programa……20
28. Formatos para elaborar documentos……20
29. Prohibiciones para uso del logo del CNCG……21
30. Actualización del protocolo de comunicación……21
31. Disposiciones no contenidas en este protocolo……21
32. Anexos……22

## I.- *Introducción*

El programa Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala (CNCG) se instauró en 2013 con el propósito de sumarse a los esfuerzos nacionales para reducir los impactos del cambio climático en el país. Sus acciones se concentran en cuatro zonas del territorio: Reserva de Biósfera Sierra de las Minas, Reserva de Biósfera Maya, Altiplano Occidental (Huehuetenango, San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán y Quiché) y Las Verapaces.

El programa, financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), es ejecutado por un consorcio de instituciones ambientales, académicas y empresariales: Rainforest Alliance (líder), World Wildlife Fund (WWF), The Nature Conservancy, (TNC) la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), la Universidad del Valle de Guatemala (UVG) y la Fundación Defensores de la Naturaleza (FDN).

Para lograr su propósito, el manejo de la comunicación es considerado como un elemento muy importante pues su uso adecuado permitirá al programa elevar su perfil mediante múltiples herramientas y actividades estratégicas, para la comunicación institucional, como el sitio web, redes sociales, visitas de periodistas al campo, historias de éxito, comunicados de prensa y otras relacionadas con la *comunicación institucional.*

Y mediante la *comunicación para el cambio social y de comportamiento*, otra línea estratégica de comunicación, que ayudará a fomentar el cambio de actitudes y conductas en audiencias clave para favorecer la protección de los recursos naturales y el ambiente, lo que, en consecuencia, ayudará a reducir los impactos del cambio climático en el país.

En ese contexto, el manejo de las actividades de comunicación, los mensajes e imagen del CNCG plantean grandes desafíos pues con la participación de seis socios y un donante, el programa debe mantener uniformidad y consistencia para ser identificado por sus audiencias clave como una unidad y el esfuerzo mutuo de varias instituciones.

De este modo, el establecimiento de un protocolo ayudará a las organizaciones que integran el CNCG a ordenar el manejo de la comunicación de manera que este instrumento no solo permitirá agilizar el proceso de toma de decisiones, aprobación y producción de herramientas y actividades estratégicas de comunicación, sino también elevará la calidad de los productos y herramientas de comunicación.

Dada las características de la estrategia de comunicación institucional y la estrategia de comunicación para el cambio social y de comportamiento, se desarrollarán lineamientos específicos para cada una de ellas con el propósito de delinear los procedimientos y la toma de decisiones en cada caso.

Así, en la primera parte de este documento se desarrollará el protocolo de comunicación institucional y en la segunda parte el protocolo para la estrategia de comunicación para el cambio social y de comportamiento[1].

## II.- *Objetivos*

### A. General

A1. Delimitar los procedimientos internos para el manejo ordenado y consistente de la comunicación del CNCG en el marco de la ejecución del plan estratégico de comunicación que comprende la estrategia de comunicación institucional y la estrategia de comunicación para el cambio social y de comportamiento.

### B. Específicos

B1. Unificar el manejo de la comunicación del CNCG para mantener un mismo mensaje y línea gráfica, que incluye el conocimiento de parte de cada socio de los documentos de base que tienen en común (Acuerdo cooperativo, plan estratégico de comunicación y estrategia de género).

B2. Agilizar el proceso de toma de decisiones entre los socios del CNCG, liderado por Rainforest Alliance y USAID, con respecto al uso de herramientas y actividades de comunicación con el establecimiento de un marco general de procedimientos.

B3. Establecer los canales de comunicación que todos los socios utilicen para favorecer la acción coordinada del consorcio en cumplimiento del plan estratégico de comunicación del CNCG aprobado.

B4. Facilitar el manejo de la comunicación externa del programa CNCG.

[1] Se contempla la elaboración de un protocolo para la estrategia de comunicación de cambio social y de comportamiento la cual se elaborará al concluir con esa estrategia. Este conformará la segunda parte de este protocolo.

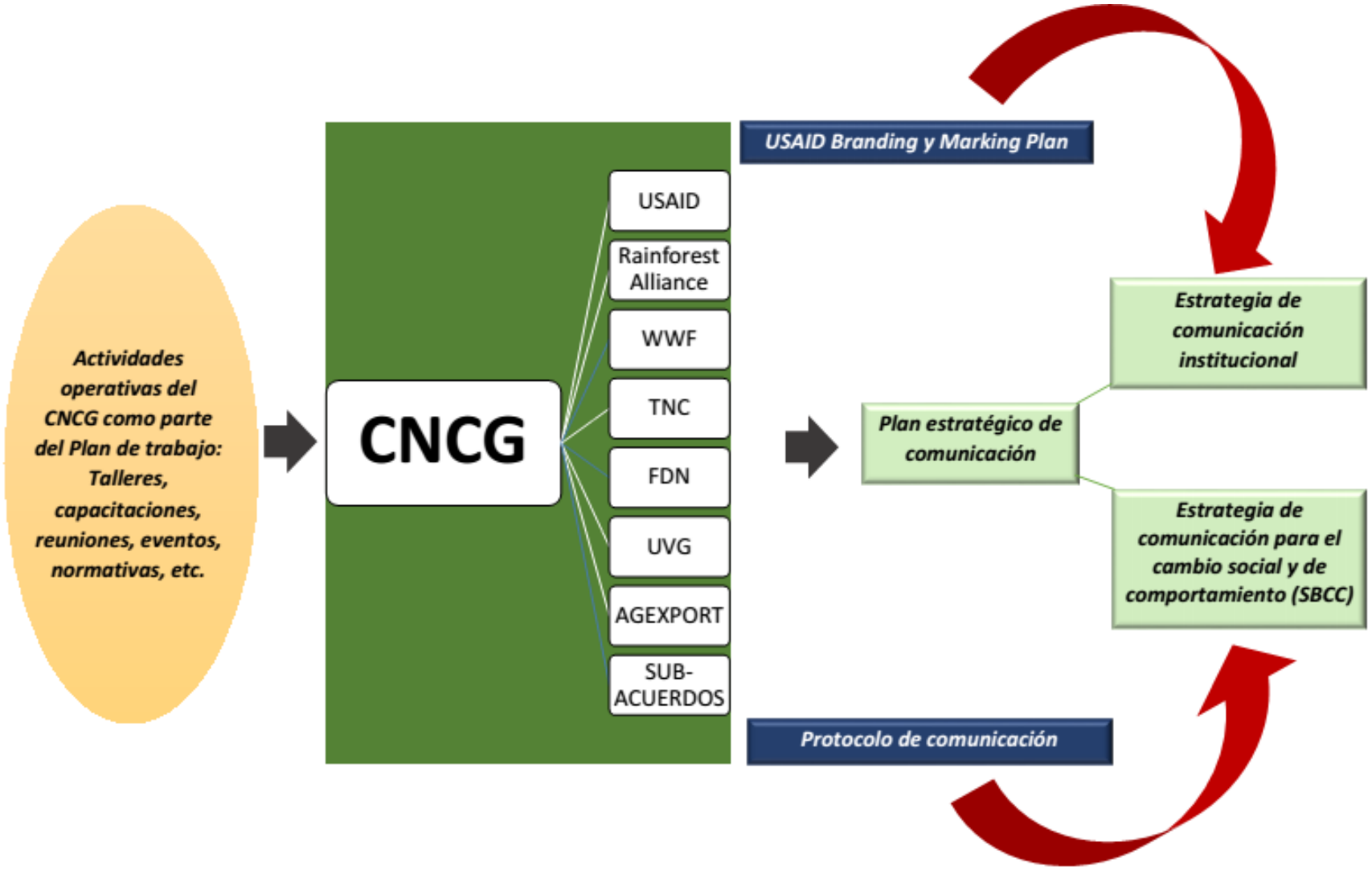
## III. *Obligatoriedad*

El presente protocolo es resultado del compromiso de las organizaciones e instituciones que forman parte del CNCG para establecer los procedimientos para el manejo de la comunicación del programa, los cuales se constituyen en acciones y responsabilidades establecidas en el Acuerdo Cooperativo con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional –USAID- (**AID-523-A-13-00001).**

Su uso y consulta es de carácter confidencial, mandatorio y está dirigido a los coordinadores y colaboradores del equipo CNCG. Esto incluye a las seis organizaciones que conforman el CNCG, al donante y subcontratistas. Su aprobación, aplicación y actualización estarán en todo momento sujetos al visto bueno de las instituciones que conforman el programa CNCG, a la autorización final de la directora del programa CNCG y del donante.

Es preciso que todos los socios conozcan la sección de branding y marking contenidas en el Acuerdo Cooperativo del programa (Páginas D1-D4); la estrategia de comunicación aprobada por el donante, así como la guía de relaciones con medios de USAID y los lineamientos para la planificación de eventos de USAID.

**IV.** ***Diagrama del funcionamiento colaborativo de la comunicación del CNCG***



**1. *Definición del consorcio, atribución de sus miembros y sus responsabilidades de comunicación***

Corresponde al consorcio CNCG ejecutar acciones en asuntos como:

**A. Programa CNCG:** Está conformado por USAID (donante), Rainforest Alliance (líder), la Asociación Guatemalteca de Exportadores, la Fundación Defensores de la Naturaleza, The Nature Conservancy, la Universidad del Valle de Guatemala y World Wildlife Fund; y su máxima autoridad es la directora- Cada uno tiene que cumplir con los siguientes puntos generales:

A1. Apoyar al Especialista de Comunicación en la elaboración de los planes de comunicación del CNCG.

A2. Ejecutar acciones del plan estratégico de comunicación, con el apoyo del Especialista de Comunicación, a través de los líderes de objetivos, directivos, técnicos y especialistas de comunicación de las organizaciones miembros del consorcio.

También le corresponde al consorcio CNCG tomar decisiones de comunicaciones tales como:

A3. Resolver cualquier diferencia entre las contrapartes en lo relacionado a asuntos de comunicación.

A4. Aprobar el protocolo de comunicación y su actualización cuando se considere necesario.

A5 Evaluar el desempeño de la estrategia de comunicación.

**B. Rainforest Alliance:** La organización Rainforest Alliance lidera el programa CNCG y, como tal, le corresponde:

B1.Coordinar, con el apoyo de los líderes de objetivos y organizaciones del consorcio, la ejecución del plan estratégico de comunicación del CNCG

B2. Velar por el cumplimiento del protocolo de comunicación

B3. Apoyar en toda su labor al Especialista de Comunicación

**C. Especialista de Comunicación de CNCG:** Es el responsable de conducir, orientar y apoyar el plan estratégico de comunicación del CNCG por parte de Rainforest Alliance y, como tal, le corresponde:

D1. Elaborar el plan de comunicación del programa con el apoyo del programa CNCG y de USAID.

D2. Ejecutar, junto con el consorcio CNCG, las acciones de comunicación contenidas en el plan.

D3. Supervisar el cumplimiento del protocolo de comunicación del CNCG.

D4. Actualizar el protocolo de comunicación y someterlo a aprobación cuando se considere necesario.

## 2. *Matriz de productos y actividades de comunicación*[2]

El programa ha previsto el uso de varios productos y actividades de comunicación, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

| MATRIZ DE PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN | | |
|---|---|---|
| **Medio** | **Productos/actividades** | **Descripción** |
| **Escrito** | Comunicados de prensa | Medio escrito formal para transmitir información a los medios de comunicación sobre un hecho relevante y actual del programa. |
| | Convocatorias de prensa | Medio escrito formal para invitar a los medios de comunicación a participar de alguna actividad específica del CNCG. |
| | Hoja de datos (Fact Sheet) | Documento que sintentiza datos técnicosdel proyecto CNCG. Ej: Cobertura, financiamiento y objetivos. Incluye datos duros y gráficas. |
| | Banner/Mantas/Posters | Materiales de comunicación utilizados para visibilizar y posicionar la "marca" Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala (CNCG). |
| | Brochure | Documento portable de tipo publicitario y/o informativo para divulgar la descripción general del CNCG y/o de alguno de sus objetivos. |
| | Carpetas | Folder con un diseño y el logo del CNCG que se utiliza para identificar y posicionar al proyecto. |
| | Publicaciones técnicas | Documentos técnicos de apoyo tales como manuales, guías, sistematizaciones de experiencias y otros que documentan y sirven de apoyo al trabajo del CNCG. |
| | Historias de éxito | Breve relato que sirve que con testimonios y fotos evidencia los avances y logros del trabajo realizado por el CNCG. |
| **Video** | Video institucional | Video que describe aspectos de interés del proyecto. (Objetivos, financiamiento, instituciones que lo conforman, donante, etc) |
| **Recursos en línea** | Sitio web | Espacio informativo virtual que presenta información general sobre el proyecto, los próximos eventos, oportunidades de capacitación, blogs, enlaces a las redes sociales, y más. |
| | Facebook | Red social más grande del mundo con más de 700 millones de usuarios activos. |
| | Twitter | Red social con más de 200 millones de usuarios activos. |
| | Flickr | Sitio web gratuito que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotos y videos en línea. |
| **Otros** | Ronda de medios | Visitas a los medios de comunicación para presentación del proyecto y estrechar lazos con los periodistas. |
| | Visita de medios a proyectos | Tour de los medios de comunicación hacia uno de los sitios del proyecto para dar a conocer el trabajo que se realiza y sus beneficios par la población. |

[2] Estos materiales y productos de comunicación son una lista preliminar aunque podrán utilizarse otros, según las necesidades del programa.

**3. *¿Qué es la marca ó el "branding"?***

La sociedad americana de mercadeo define una marca como un "nombre, término, diseño, símbolo o cualquier otra característica que identifica a un bien o servicio de un vendedor que lo identifica del de otros vendedores". La palabra "marca" ha evolucionado hasta convertirse en la personalidad que identifica un producto, servicio o compañía y cómo se relaciona con los principales grupos: consumidores, empleados, socios, inversionistas, clientes, etc. El poder de las marcas para comunicar un mensaje complejo rápidamente y con impacto emocional y la habilidad de las marcas para atraer la atención de los medios, la hace una herramienta esencial para el crecimiento y mejora de los negocios de las organizaciones.

**4. *¿Qué es el marcaje ó "marking"?***

Es la aplicación de la marca en materiales de comunicación y momentos de comunicación: Cómo, cuándo y dónde la marca es utilizada para posicionar el servicio, producto, negocio o concepto. USAID Guatemala usa el marcaje en tres formas:

A- Visualmente con la identidad de USAID y el país, región o sub-marca.
B- Verbalmente cuando la asistencia de USAID en el extranjero es presentada oralmente a las audiencias.
C- Textualmente cuando la asistencia de USAID en el extranjero es presentada por escrito.

# Protocolo de comunicación institucional

**5. *Descripción***: El protocolo de comunicación institucional proporciona los lineamientos básicos para manejar los materiales de comunicación del programa elaborados con el propósito de visibilizar y divulgar sus actividades ante las audiencias clave. Las actividades y materiales de comunicación aquí mencionados forman parte de la estrategia de comunicación institucional aprobada por USAID. No obstante que la producción y el manejo de otros materiales o actividades de comunicación pueden ser aquí regulados.

**6. *Nombre oficial del programa*:** Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala (español)
Climate, Nature and Communities in Guatemala (version en inglés)

**7. *Siglas***. Las siglas del programa son CNCG.

***8. Submarca (logo) del programa CNCG***
El donante aprobó una submarca (sub-brand)[3] que identifica al programa CNCG. Esta está conformada por la identidad de USAID, el nombre del programa CNCG y los logotipos de las seis organizaciones que conforman el consorcio. Esta sub-marca, que de ahora en adelante denominaremos "el logo", aparece a continuación en sus versiones español e inglés:

Versión en español:

Versión en inglés:

[3] Para mayor información se puede consultar el USAID Graphic Standards Manual

Para utilizar el logo debe tener en cuenta lo siguiente:

A. El logo del CNCG no puede ser modificado en color, letra, tamaño ni posición.

B. Junto con el logo, USAID prefiere utilizar "**Con el apoyo de**" en lugar de "Con el financiamiento de", "Financiado por" u otro similar en el caso de publicaciones técnicas y "**Reproducido por**" cuando el programa financia la reproducción de publicaciones ya existentes de otros proyectos o instituciones.

Con el apoyo de

Reproducido por

C. Los logotipos de instituciones gubernamentales tienen preeminencia en su ubicación y tamaño sobre el logotipo y visibilidad del CNCG.

D. La ubicación del logo del CNCG en los diferentes materiales de comunicación está delimitada por el Plan de Marcaje ubicado en el Anexo G de este documento y a la aprobación de USAID.
E. El tamaño mínimo del logo deber ser de 2.75 cm. de alto por 7.96 cm. de ancho. No hay límite para tamaño máximo. En todo caso, el logo debe mantener una resolución adecuada para mayor legibilidad.

***9. De la visibilidad del CNCG en relación con su cuota de participación y responsabilidad en actividades realizadas***

El programa CNCG distingue tres tipos de actividades según su cuota de participación (definida por el porcentaje de financiamiento o apoyo técnico otorgado), acuerdos alcanzados y responsabilidad en las actividades de trabajo realizadas. La visibilidad del CNCG, a través de materiales y actividades de comunicación, estará sujeta a esta clasificación:

A. *Actividades propias*: Son las actividades realizadas por el programa CNCG, contrapartes del consorcio o subcontratistas[4], como parte del trabajo del programa tales como seminarios, congresos, capacitaciones, talleres y otras actividades en las que estos son los responsables directos. En este caso, la visibilidad se rige por las normas del CNCG y de USAID. Se privilegia la colocación del logo del programa en la parte superior izquierda de la parte frontal del material de que se trate (Ver Anexo G).

B. *Actividades en sociedad*: Son las actividades realizadas por el programa CNCG en sociedad con otras organizaciones (ONG, instituciones de gobierno, privados, proyectos y otros) para alcanzar objetivos afines. En este caso, la visibilidad se rige por las normas del CNCG, USAID y los socios y está sujeta a la cuota de participación que tiene el programa en la actividad. Se privilegia la colocación del logo en la parte superior izquierda de la parte frontal del material pero la ubicación y tamaño del logo y, en general, la visibilidad del programa está sujeta al consenso con el resto de socios. (Ver Anexo G).

C. *Actividades de terceros:* Es cuando el programa CNCG patrocina actividades tales como seminarios, congresos, capacitaciones, talleres y otras cuya responsabilidad recae en terceros. En este caso el CNCG no es el responsable de la actividad aunque brinda un apoyo a cambio del cual puede o no, obtener visibilidad. La visibilidad se rige por las normas del CNCG, USAID y los terceros. El CNCG debe anticipar a los terceros que cualquier utilización del logo del CNCG debe ser autorizada previamente por el CNCG y USAID. Sin embargo, el CNCG y USAID respetarán la autonomía de las instituciones responsables de las actividades, especialmente si son gubernamentales, y se limitarán a verificar con pertinente celeridad el correcto uso del logo del programa. La ubicación y tamaño del logo y, en general, la visibilidad del programa está sujeta a las disposiciones de los terceros.

[4] Son subcontratistas del programa CNCG las siguientes organizaciones: Fundalachuá, Sotzil, Utz´ Che, Asocuch, Sotz´il, Acofop, Propeten y Fundación Naturaleza para la Vida.

D. El CNCG se reserva la no utilización del logo del programa y, en consecuencia, de no visibilizarse en cualquiera de los tres casos anteriores con previa autorización de USAID o por decisión del donante con previo aviso al CNCG.

***10. De la autorización para el uso y producción de materiales de comunicación (banners, posters, brochures, spots de TV y radio, videos, afiches, mantas, fact sheets, invitaciones, presentaciones, artículos promocionales y otros), de prensa (comunicados de prensa y convocatorias de prensa), publicaciones técnicas (guías, manuales, sistematizaciones, investigaciones, estudios y otros) y redes sociales –Facebook, Twitter, Flickr y Youtube- con el logo del CNCG.***

A. El uso del logo del CNCG en materiales de comunicación, publicaciones de prensa, publicaciones técnicas, redes sociales y cualquier otro donde aparezca el logo del CNCG, en el marco de actividades propias del programa y en sociedad con otras organizaciones, deben ser autorizados previamente por el CNCG y USAID antes de ser producidos y hechos públicos. Favor de comunicarse con el Especialista de Comunicación del programa para coordinar su elaboración y aprobación con la debida anticipación.

B. El uso del logo del CNCG en materiales de comunicación, de prensa, publicaciones técnicas, redes sociales y cualquier otro donde aparezca el logo del CNCG, en el marco de actividades de terceros, deben ser autorizados previamente por el CNCG y USAID antes de ser producidos y hechos públicos. Favor de comunicarse con el Especialista de Comunicación del programa para coordinar su elaboración y aprobación con la debida anticipación.

   En ambos casos, los diseños de los materiales de comunicación del programa, de prensa, redes sociales, publicaciones técnicas y cualquier otro donde aparezca el logo del CNCG deben ser autorizados previamente por el CNCG y USAID antes de ser producidos y hechos públicos.

C. Basado en la existencia de formatos y en el cumplimiento del protocolo, oportunamente USAID podrá delegar en el CNCG la aprobación de aquellos documentos que se consideren menos sensibles tales como invitaciones a eventos, agendas, diplomas y otros que así considere con el propósito de agilizar los procesos de comunicación.

***11. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación del programa CNCG (banners, posters, brochures, spots de TV y radio, videos, afiches, mantas y artículos promocionales como lapiceros, llaveros, gorras, playeras y similares).***

A. La Directora del CNCG, con el apoyo del Especialista de Comunicación, aprueba la realización de los materiales de comunicación.
B. El Especialista de Comunicación, con el apoyo de los líderes de objetivos del CNCG, los subcontratistas del CNCG y el equipo técnico del CNCG, dependiendo de la situación particular, prepara los diseños de los materiales de comunicación.
C. Los diseños son revisados por el Especialista de Comunicación para la reconfirmación del cumplimiento del branding y éste los envía a USAID para su aprobación (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles).
D. USAID aprueba o sugiere cambios a los diseños de los materiales de comunicación (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles).
E. Si USAID sugiere cambios, el Especialista de Comunicación y el CNCG ajustan los diseños de los materiales de comunicación y el Especialista de Comunicación los envía de nuevo a aprobación de USAID. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles).
F. USAID aprueba los materiales de comunicación (El proceso ha de demandar un máximo de tres días hábiles)
G. El Especialista de Comunicación o el equipo técnico del CNCG procede a la producción de los materiales de comunicación.

***12. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación en sociedad (banners, posters, brochures, spots de TV y radio, videos, afiches, mantas y similares).*** Si se trata de materiales de comunicación que se realizarán en sociedad, se siguen los mismos pasos que en el número 11 pero en coordinación con el o los socios involucrados.

***13. Procedimiento para la producción de materiales de comunicación de terceros (banners, posters, brochures, spots de TV y radio, videos, afiches, mantas y similares).*** Si se trata de materiales de comunicación que realizarán terceros, el CNCG, a través del Especialista de Comunicación, se limita a verificar que los logos del CNCG estén ubicados correctamente, y pide aprobación a USAID previo a la producción y utilización de los materiales de comunicación con los logos del CNCG. USAID aprobará estos materiales en un máximo de dos días hábiles

***14*. *Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas del programa CNCG (guías, manuales, sistematizaciones, investigaciones, estudios y otras)***

A. La Directora del CNCG, con el apoyo de los líderes de objetivos y el equipo técnico, aprueba la realización de las publicaciones técnicas.
B. El equipo técnico del CNCG, con el apoyo de los líderes de objetivos, escribe el documento.
C. El equipo técnico del CNCG envía el documento completo diseñado en Word al Especialista de Comunicación.
D. El Especialista de Comunicación revisa el branding y envía el documento a la imprenta para su diseño. Los documentos de 20 páginas o menos podrán ser revisados en estilo por el Especialista de Comunicación. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
E. La imprenta envía el documento diseñado al Especialista de Comunicación para revisión del diseño y branding. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
F. El documento diseñado por la imprenta es sometido a aprobación de USAID. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
G. Si hay sugerencias o cambios, el Especialista de Comunicación o el equipo del CNCG hace los cambios a la publicación y los envía a aprobación de USAID. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
H. USAID aprueba el documento. (El proceso ha de demandar un máximo de tres días hábiles)
I. El documento es enviado a impresión a la imprenta seleccionada.

Notas:

- La impresión de un documento toma tiempo en virtud del proceso de cotización, aprobaciones, correcciones, tiraje e impresión. De tal modo, es aconsejable considerar un mes y medio, como mínimo, para todo este proceso a partir de la entrega del primer borrador al Especialista de Comunicación.

***15*. *Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas en sociedad (guías, manuales, sistematizaciones, investigaciones, estudios y otras)*** Si se trata de publicaciones que se realizarán en sociedad, se siguen los mismos pasos que en el número 14 pero en coordinación con el o los socios con quienes se vaya a trabajar.

***16*. *Procedimiento para la producción de publicaciones técnicas de terceros (guías, manuales, sistematizaciones, investigaciones, estudios y otras)*** Si se trata de publicaciones que realizarán terceros, el CNCG, a través del Especialista de Comunicación, se limita a verificar que los logos del CNCG estén ubicados correctamente, y pide aprobación a USAID previo a la producción y utilización de las publicaciones con el logo del CNCG. USAID aprobará estas publicaciones en un máximo de dos días hábiles.

### *17. Descargo de responsabilidad (Disclaimer)*

El descargo de responsabilidad es un texto que exime a USAID sobre la responsabilidad del contenido de una publicación. Es importante notar que USAID/Guatemala usa el descargo de responsabilidad en dos diferentes situaciones:

A. Estudios, reportes, publicaciones, sitios web y en todos los productos promocionales e informativos no autorizados, revisados o editados por USAID.

B. Por discreción del AOR de USAID.

Las versiones del descargo de responsabilidad son:

Español: "La realización de est(e/a) [publicación, video u otro producto/material de información/comunicación (especificar)] fue posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América proporcionado a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El contenido aquí expresado es responsabilidad del [autor o recipiendario] y el mismo no necesariamente refleja las opiniones de la USAID o del Gobierno de los Estados Unidos de América".

Inglés: "This study/report Web site (specify) is made possible by the support of the American People through the United States Agency for International Development (USAID). The contents of this (specify) are the sole responsibility of (name of organization) and do not necessarily reflect the views of USAID or the United States Government".

### *18. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas de actividades del CNCG*

A. El Especialista de Comunicación o el equipo técnico del CNCG prepara la invitación (Ver Anexo A) o el diploma (Ver Anexo B) en base a un formato aprobado por el CNCG y USAID.
B. El Especialista de Comunicación revisa el branding y envía la invitación a USAID para aprobación.(Un día)
C. USAID hace sugerencias o aprueba la invitación. (El proceso ha de demandar un máximo de dos días hábiles)
D. Si hay sugerencias de USAID, el Especialista de Comunicación o el equipo técnico hace los ajustes necesarios y envía de nuevo la invitación a USAID para aprobación final. (El proceso ha de demandar un máximo de un día)
E. USAID aprueba la invitación. (El proceso ha de demandar un máximo de un día)
F. El Especialista de Comunicación envía la aprobación al organizador.

***19. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas de actividades organizadas en sociedad***

Si se trata de invitaciones y diplomas que se realizarán para actividades organizados en sociedad, se siguen los mismos pasos que en el número 18 pero en coordinación con el o los socios involucrados.

***20. Procedimiento para la elaboración de invitaciones y diplomas para actividades de terceros***

Si se trata de invitaciones y diplomas que incluyen el logo del CNCG para actividades organizadas por terceros, el CNCG, a través del Especialista de Comunicación, se limita a verificar que los logos del CNCG estén ubicados correctamente, y pide aprobación a USAID previo a su producción y envío. USAID aprobará el diseño de las invitaciones en un máximo de dos días hábiles.

***21. Procedimiento para el uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube y Flickr) del CNCG[5]***

A. El Especialista de Comunicación abre una cuenta y diseña el sitio según los lineamientos de USAID.
B. La Directora del CNCG aprueba la cuenta.
C. La directora de comunicación de Rainforest Alliance aprueba la cuenta.
D. El Especialista de Comunicación somete la cuenta a aprobación de USAID.
E. El Especialista de Comunicación incluye sugerencias de USAID si las hubiera.
F. USAID aprueba la cuenta del CNCG en la red social.
G. El Especialista de Comunicación activa la cuenta.

***Nota: El CNCG coordinará con el donante todos los procedimientos necesarios para administrar las redes sociales.***

***22. Procedimientos para el manejo de prensa***

USAID y Rainforest Alliance promueven la visibilidad del programa CNCG a través de los medios de comunicación. No obstante, antes de tener acercamiento con los medios de comunicación se deben observar una serie de lineamientos definidos a continuación:

A. **Entrevista solicitada con anticipación**. Las entrevistas solicitadas con anticipación por los medios de comunicación al equipo del CNCG deben ser autorizadas previamente por USAID. De este modo, los miembros del CNCG que sean requeridos por los medios de comunicación para una entrevista programada para los próximos días, deben comunicarse con el Especialista de Comunicación para llenar conjuntamente un formulario de solicitud de entrevista que se envía a USAID (Ver Anexo H). USAID debe aprobar la solicitud para poder proceder con la entrevista.

[5] Dado que el programa aún no maneja redes sociales, se han esbozado algunos lineamientos generales para su utilización, los cuales podrán ser afinados posteriormente en coordinación con USAID.

Se recomienda considerar al menos dos días (y advertir al periodista solicitante que la respuesta no será inmediata) para la aprobación de solicitudes de entrevistas por parte de USAID no obstante que el donante puede responder en 24 horas o menos según la urgencia de la solicitud.

B. **Entrevista no planificada**. En caso que personal del CNCG sea entrevistado por periodistas en alguna actividad o en la calle sin haber solicitado previamente una entrevista, el o los entrevistados deben informar inmediatamente al Especialista de Comunicación del CNCG y proporcionarle detalles sobre el tema discutido, medio, periodista y fecha de una posible de transmisión de la noticia. Posteriormente, el Especialista de Comunicación del CNCG debe enviar a USAID esa información.

C. **Actividades con medios de comunicación.** Las conferencias de prensa, visitas de periodistas al campo, capacitaciones de periodistas y cualquier otra actividad donde los periodistas sean los sujetos principales del evento del CNCG, deben ser autorizadas y coordinadas con USAID con un mes de anticipación, a través del Especialista de Comunicación del CNCG.

**23.** ***Vocería oficial***. El vocero oficial del programa CNCG es la Directora del programa, quien a su vez, podrá designar, en su ausencia o por conveniencia del tema a tratar, a otro miembro del equipo para atender a los medios de comunicación. La Directora del CNCG es la única vocera autorizada por USAID para dar información a medios sobre el CNCG.

***24. Procedimiento para la elaboración y distribución de un comunicado de prensa, convocatoria de prensa o historia de éxito del CNCG***

A. La directora del programa aprueba la elaboración de un comunicado de prensa, convocatoria de prensa o historia de éxito del CNCG.
B. El Especialista de Comunicación junto con el equipo técnico del CNCG preparan un borrador del comunicado, una convocatoria de prensa o una historia de éxito (Ver Anexo D).
C. El documento es aprobado por la Directora del CNCG. (El proceso ha de demandar un máximo de tres días hábiles)
D. El documento es enviado a USAID para su aprobación. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
E. Si hay sugerencias o cambios, el Especialista de Comunicación con el apoyo del equipo del CNCG hace los cambios a la publicación y los envía a aprobación de USAID. (El proceso ha de demandar un máximo de cinco días hábiles)
F. USAID aprueba el documento. (El proceso ha de demandar un máximo de tres días hábiles)
G. El documento está listo para ser distribuido.

Nota: Si el documento se traduce al inglés deben considerarse cinco días hábiles adicionales, como máximo, para edición de Rainforest Alliance y aprobación de USAID.

***25. Procedimiento para la actualización de contenidos del sitio WEB del programa[6]***

A. El Especialista de Comunicación, con el apoyo del equipo del CNCG, selecciona los documentos y publicaciones a subir al sitio (boletines de prensa, historias de éxito, etc.) previamente aprobados por USAID.
B. La Directora del programa autoriza los documentos o publicaciones que serán subidos al sitio WEB
C. El Especialista de Comunicación pide aprobación de USAID para subir al sitio WEB los documentos que no hayan sido previamente aprobados por el donante.
D. USAID aprueba los documentos no autorizados previamente para subir al sitio WEB
E. El Especialista de Comunicación sube los documentos autorizados por USAID al sitio WEB

***26. Celeridad en los procedimientos de aprobación***

Si bien en todos los procedimientos para aprobación del diseño y producción de materiales de comunicación y de prensa se establecen períodos máximos de duración, se considera la celeridad como un valor de peso para el desarrollo exitoso del trabajo de comunicación.

***27. Comunicaciones oficiales del programa***

El programa CNCG utilizará una carta con el logotipo aprobado por el donante (Ver ANEXO C) para comunicaciones oficiales con los otros miembros del consorcio, contrapartes y socios.

***28. Formatos para elaborar documentos del CNCG***

Con el fin de mantener la línea gráfica y la identidad del programa, el equipo del CNCG utilizará una serie de formatos para elaborar los siguientes documentos o materiales para actividades propias del programa:

- Invitación (Ver Anexo A)
- Carta (Ver Anexo C)
- Listado de participantes (Ver Anexo E)
- Plan de marcaje (Ver Anexo G)
- Presentación en power point
- Diploma (Ver Anexo B)
- Historia de éxito (Ver Anexo D)
- Banners institucionales (Ver Anexo F)
- Informes/Reportes (Ver Anexo I)

Estos formatos serán distribuidos en versión electrónica a todos los interesados junto con el protocolo.

[6] Se contemplan una serie de pasos generales para la actualización de contenidos del sitio WEB del programa aunque, por ahora, el sitio está en construcción. Así, esta serie de procedimientos se ajustará en cuanto la página esté en funcionamiento y se visualice la mejor forma de administrarla.

### *29. Prohibiciones para uso y reproducción del logo del CNCG*

A. En ropa de personas particulares.
B. En papel membretado que no haya sido previamente aprobado por USAID.
C. En tarjetas de presentación.
D. En convocatorias para puestos de trabajo en los medios de comunicación

### *30. Actualización del protocolo de comunicación*

El protocolo de comunicación es una herramienta dinámica cuyo contenido puede variar de acuerdo con las necesidades presentadas. En tal sentido, el programa CNCG podrá ajustarlo, cuando así lo considere necesario, y deberá ser aprobado por el CNCG, USAID y Rainforest Alliance.

### *31. Disposiciones no contenidas en este protocolo*

Cualquier disposición o procedimiento que no esté incluido o no sea aclarado en este protocolo se canalizará a través del especialista de comunicación para responder a la brevedad la solicitud.

## *32. Anexos*

### *A. Formato de invitación del CNCG*

***B. Formato de diploma del CNCG***

Guatemala, 5 de septiembre de 2013

**Oscar Núñez,**
**Director de la Fundación Defensores de la Naturaleza**
**Presente**

**REF. 036/2013**
**Asunto:** Entrega de grabación del video del lanzamiento del proyecto CNCG realizada el 23 de julio de 2013.

Estimado Oscar

Es un gusto saludarte y a la vez desearte éxitos en tu trabajo diario.

Por este medio te hacemos llegar una copia del video del lanzamiento del proyecto Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala, realizado el 23 de julio pasado en la Casa de Te del Zoológico La Aurora Z.13.

Esperamos que este disco sirva como testimonio de la presentación pública de nuestro proyecto e inspiración para continuar nuestro trabajo coordinado dirigido a contribuir con los esfuerzos nacionales de reducción de los efectos del cambio climático.

Aprovecho para agradecer todos los esfuerzos que como organización están haciendo para cumplir con todos los objetivos planteados por nuestro proyecto.

Cordialmente,

Alejandro Santos
Sub director
Programa Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala
Rainforest Alliance, Guatemala

Cc: Archivo RA

8 ave. 15-62 zona 10, Guatemala, Central America • PBX: (502) 2383 5757 • Fax: (502) 2383 5777

USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA | CLIMA, NATURALEZA y COMUNIDADES en Guatemala

Rainforest Alliance

WWF · The Nature Conservancy · Universidad del Valle de Guatemala · Defensores de la Naturaleza · AGEXPORT

# HISTORIA DE ÉXITO
# Poderosa inversión a favor del ambiente

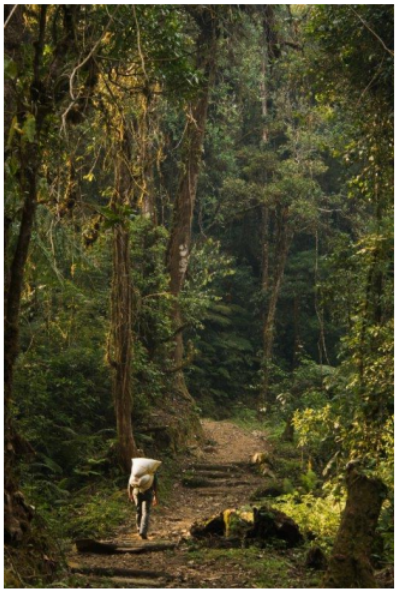


*Foto: Carlos Suárez*

*¿Sabía usted qué..?*

*La huella de carbono es la cantidad de gases de efecto invernadero emitidos a la atmósfera por las actividades de producción o consumo de bienes y servicios de las personas.*

*El cambio climático es provocado por la emisión de Gases de Efecto Invernadero, principalmente del dióxido de carbono o CO2.*

Con el fin de ayudar a conservar la riqueza natural de Guatemala, respaldar sus esfuerzos para mitigar los impactos del cambio climático, y promover el desarrollo sostenible de las comunidades rurales, surge el programa Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala (CNCG), una iniciativa que cuenta con el apoyo de los Estados Unidos a través de la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID).

Durante sus cinco años de ejecución (2013-2018), el programa apoyará a Guatemala con un monto de US$25 millones con el fin de mejorar sus capacidades para enfrentar los efectos negativos del cambio climático a través de un enfoque integral.

El programa es ejecutado por un consorcio de instituciones ambientales, académicas y empresariales, liderado por la organización conservacionista internacional Rainforest Alliance en compañía de la Fundación Defensores de la Naturaleza, la Universidad del Valle de Guatemala, la Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT), The Nature Conservancy y World Wildlife Fund.

Guatemala es uno de los países con mayor biodiversidad del mundo gracias a sus 14 diferentes eco regiones que se potencializan con su gran riqueza cultural. Sus bosques generan múltiples beneficios, desde albergar una gran riqueza de especies de flora y fauna, conservar los suelos, capturar y retener carbono de la atmósfera, regular los ciclos hidrológicos y el microclima, hasta brindar materias primas, bienes y servicios como leña, productos forestales y turismo sostenible. Pero esta riqueza natural está bajo una grave amenaza, pues el ritmo de deforestación bruta pasó de 93,000 hectáreas por año en el 2001 a más de 132,000 en el 2010.

El Programa CNCG se enfocará en: Apoyar a pequeñas y medianas empresas comunitarias y rurales a producir de forma sostenible y comercializar productos y servicios forestales; apoyar las estrategias nacionales para reducir la deforestación y promover los mercados de emisiones de carbono; fortalecer las capacidades de adaptación a los efectos del cambio climático; fortalecer las capacidades de diez ONG ambientales del país y en apoyar los primeros pasos para diseñar una estrategia nacional de desarrollo con bajas emisiones de carbono.

El programa CNCG trabajará en cuatro zonas del país, todas de alto valor por su biodiversidad y con comunidades que dependen de los recursos naturales para vivir: La Reserva de Biosfera Maya; La Reserva de Biosfera Sierra de las Minas; Alta y Baja Verapaz; El Altiplano Occidental, enfocado en Huehuetenango, San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán y Quiche.

USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA | CLIMA, NATURALEZA y COMUNIDADES en Guatemala | Rainforest Alliance | WWF | The Nature Conservancy | DEFENSORES DE LA NATURALEZA | AGEXPORT

**CARÁTULA DE REGISTRO DE EVIDENCIAS DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS PROGRAMADOS EN EL POA**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **1. Título del documento:** | | | | |
| **2. Objetivo de CNCG al que contribuye directamente la Actividad y/o Producto:** | | | | |
| dropdown | | | | |
| **3. Región/Área:** | dropdown | | | |
| **4. Departamento/municipio/localidad:** | | | | |
| **5. Código y nombre de la Actividad:** | dropdown | | | |
| **6. Tipo de Actividad y/o Producto** | dropdown | | | |
| **7. Earmark o fuente de financiamiento al que contribuye la Actividad y/o Producto:** | dropdown | | | |
| **8. Nombre del Producto:** | | | | |
| **9. Fecha de inicio de la Actividad y/o Producto (día/mes/año):** | | | **10. Fecha de terminación de la Actividad y/o Producto (día/mes/año):** | |
| **11. Empresas/Asociaciones/Grupos/Instituciones de Gobierno que contribuyeron:** | | | | |
| **a)** | | | | |
| **b)** | | | | |
| **c)** | | | | |
| **d)** | | | | |
| **e)** | | | | |
| **12. Fuentes de financiamiento de la Actividad y/o Producto:** | | | | |
| **12a. <u>Principal</u> fuente de financiamiento de la actividad:** | | | | |
| **12b. <u>Primera fuente adicional</u> de financiamiento de la actividad:** | | | | |
| **12c. <u>Segunda fuente adicional</u> de financiamiento de la actividad:** | | | | |
| **13. Nombre, puesto e institución a la que pertenece la persona que implementó la actividad/producto:** | | | | |
| **14. Nombre y puesto del personal responsable del Programa CNCG:** | | | | |
| **15. Descripción del propósito de la Actividad y/o Producto, y de en qué consistió la contribución de CNCG, desde el punto de vista técnico:** | | | | |
| **17. Observaciones sobre retos y dificultades encontradas, que hayan afectado el logro en tiempo y forma de la Actividad y/o Producto:** | | | | |

### *F. Banners institucionales*

Objetivo 1

Objetivo 2

Objetivo 3

Objetivo 4

Objetivo 5

Genérico

## *G. Plan de marcaje*

| PLAN DE MARCAJE DEL CNCG | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Materiales de comunicación pública producidos | Tipo de marca/marcaje | | | | | | Dónde (en el material) | | | | |
| | Verbal | Visual | | | Textual | Orden | Ubicación | | | | |
| | Nombre del programa<br>Mención en discursos, palabras de agradecimiento<br>Spots de radio/TV, conferencias de prensa | Identidad | Identidad y submarca | Descargo de responsabilidad (Disclaimer) | Nombre del programa<br>Artículos, historias de éxito, reportes, publicaciones, estudios, diplomas | En relación a los logos de otros actores, socios y contrapartes | Arriba a la izquierda, en frente | Abajo a la izquierda, en frente | Contraportada, dónde? | Al inicio, al medio, al final de un spot de radio/TV |
| **1. Materiales del programa (promocionales, informativos, educativos, productos de medios -impresos, audio, visuales, incluyendo sitios web, comunicados de prensa, historias de éxito, etc.)** | X | X | X | | X | X | X | | | X |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| **2. Documentos, publicaciones, estudios, reportes, documentación, asistencia técnica** | | X | X | | X | X | X | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| **3. Eventos (cursos de capacitación, inauguraciones, conferencias, ferias, seminarios, conferencias de prensa, seminarios y otras actividades públicas)** | | X | X | | X | X | X | | | X |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| **4. Artículos y equipo (Computadoras, vehículos, bolsas de comida, escritorias, sillas, etc.)** | | X | | | | X | | | | |

### *H. Formato de solicitud de entrevista con los medios de comunicación*

## Information for Media Contact Request

When USAID staff or implementing partners receive requests from Guatemalan journalists from TV, radio, print or social media for any kind of future, planned media contact, collect the following information and have it in writing in order to obtain required authorizations. Generally, these are obtained within 12 to 24 workday hours.

It is important that this authorization chain is followed and that steps are not skipped:
USAID implementing partner> USAID COR or AOR> Office Director> DOC team> USAID Director> EMB/PAS> U.S. Ambassador. When the journalist or publication is international in scope, authorizations are required from USAID Washington and the State Department which takes at least 48 workday hours to process.

Minimum information needed to request authorization for media contact:

Broadcast: TV and Radio

- Channel or station
- Program name and format (panel, one-on-one, roundtable, call-ins, etc)
- If multiple interviewees, names and organizations of each person participating with USAID interviewee
- Time interview will be aired (if live, what hour of the day and if taped, what day and time it will air)
- Program host and interviewer(s) name
- Topic of interview or discussion
- Potential controversial issues or questions anticipated
- USAID staff or implementing partner(s) name
- Familiarity of USAID staff or implementing partner with program name (from Marking Plan) and Media Relations

Print (magazine, newspaper, newsletter, etc.)

- Publication and section (for instance, Prensa Libre Dominical)
- Publication date
- On-the-record or On-background
- Place and time of interview

- Journalist name
- Topic of interview and angles journalist interested in pursuing
- Potential controversial issues or questions anticipated
- USAID staff or implementing partner(s) name
- Familiarity of USAID staff or implementing partner with program name (from Marking Plan) and Media Relations

Example of a media authorization request:

**What**: On the International Day against Homophobia and Transphobia, the USAID Combination Prevention Program for HIV/AIDS in Central America and Mexico will hold a press conference to launch the campaign "Si conoces a un homofóbico, AYÚDALO." The project is implemented by PSI/PASMO.

**Who**: Key spokespeople; Doug Francis, PASMO Guatemala Country Manager; Edgar Hitai and María Primero from REDLACTRANS, a local network of NGOs representing transgender populations in the Central American Region.
Moderator: Pazero Justo, PASMO/PSI

**When**: Tuesday, May 17, 2011, 9:00 a.m.

**Where**: Hotel Clarion Suites, Salón Wunderland

**Why**: The press conference will garner publicity for the value to society of decreasing homophobia, stigma and discrimination of sexual orientation, occupation or status. The campaign that is being launched is one of many effective interventions designed to achieve increased access to HIV prevention actions by most at-risk populations in Central America and Mexico.

**Concerns**: Media representing conservative perspectives are expected to have aggressive lines of questioning. The role of the Moderator is to guide the discussion so that it is constructive and informative for media. Spokespersons and Moderator are experienced in dealing with the media, know and follow USAID media guidelines.

# PROGRAMA CLIMA, NATURALEZA Y COMUNIDADES EN GUATEMALA

(Calibri Light, negrilla, 16 pts)

## INFORME ANUAL 2013

(Calibri Light, negrilla, 16 pts)

Acuerdo Cooperativo No. USAID-520-A-13-00001

(Calibri Light, 12 pts)

**Informe preparado por *Rainforest Alliance***
**para la Oficina de Desarrollo Económico USAID Guatemala**
**(Calibri Light, Negrilla, 12 pts)**

Guatemala, septiembre, 2013

(Calibri Light, 12 pts)

## Resumen ejecutivo (Título Calibrí light negrilla 16 pts)

El primer año de implementación del Programa Clima, Naturaleza y Comunidades en Guatemala (CNCG), fue de siete meses efectivos de trabajo (febrero-septiembre del 2013). Durante ese tiempo, el Consorcio implementador sentó las bases para ejecutar el programa, pues organizó tres foros regionales para informar a actores locales sobre el nuevo Programa CNCG y obtener insumos para su Plan de Trabajo 2013. Se elaboró el Plan de Trabajo del año fiscal 2013 y una propuesta de Plan para el año fiscal 2014. Se presentó a AID una propuesta de Plan de Monitoreo del Desempeño, mientras que el Plan de Comunicaciones y la Estrategia de Comunicación Institucional se presentaron y fueron aprobadas por AID. Se logró la firma de todos los sub-acuerdos entre *Rainforest Alliance* (RA) y los miembros del consorcio, además de con *Wildlife Conservation Society* (WCS). Se creó y puso en funcionamiento el Comité Asesor del Programa, se completó el equipo que conforma la Unidad de Gerencia, y se contrataron 24 de las 31 posiciones planificadas para ejecutar el Proyecto. Por último, CNCG se integró de lleno a los Comités de Coordinación Departamentales de Huehuetenango, Quiché y San Marcos, y al Comité Central de Coordinación de Socios, en el marco del Programa Integrado para el Altiplano Occidental que impulsa AID. (Texto Calibrí light 11 pts)

Durante los primeros 7 meses que tuvo el primero año fiscal de CNCG, se alcanzó la mayoría de metas y avance de indicadores programados. Se logró realizar avances en 5 de 9 indicadores que no tenían meta propuesta para el año fiscal 2013. En 4 de los indicadores se sobrepasaron las metas propuestas y 3 de ellos muestran bajo nivel de avance (menor al 50%). El avance general de las metas de los indicadores para este año fiscal 2013 puede estimarse en cerca del 85%. CNCG llevó a cabo nueve capacitaciones en las que participaron un total de 386 personas (27% mujeres y 73% hombres). RA registró en TraiNet las capacitaciones elegibles el 30 de octubre del 2013.

RA, Fundación Defensores de la Naturaleza (FDN) y WCS avanzaron significativamente los resultados del Objetivo 1 orientado a desarrollar y/o fortalecer estrategias de conservación apoyadas en el mercado. Todas las metas programadas para este año fiscal se lograron, con excepción de la meta de empleos. Sobresale el resultado de ventas de productos y servicios forestales certificados, donde se logró superar la meta en un 56%.

RA, FDN, la Universidad del Valle de Guatemala (UVG), la Asociación Sotz´il y Winrock International avanzaron los resultados del Objetivo 2, orientado a apoyar el desarrollo e implementación de estrategias nacionales y sub-nacionales de REDD+. Todas las metas programadas para este año fiscal se lograron y varias se sobrepasaron. Sobresale el resultado de la cantidad de instituciones -- especialmente grupos indígenas y organizaciones comunitarias dependientes del bosque-- que desarrollaron sus capacidades en temas relacionados con REDD+: en este caso la meta se superó en un 100%.

The Nature Conservancy (TNC) avanzó los resultados del Objetivo 3, orientado a fortalecer las capacidades de adaptación a los impactos del cambio climático. Sobresale aquí la instalación de la Mesa Nacional de Coordinación de Información Climática y Observación del Clima, presidida por el Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología (INSIVUMEH).

*Este es un formato que ilustra una portada y una página de interiores para un reporte.

Tipo de letra: Calibrí light
Color: Negra
Sangría: 0
Espaciado: 0
Interlineado: 0

**Portada:**
Tamaño de letra:
Títulos: 16 pts en negrilla
Subtítulos: 12 pts

**Interiores**
Títulos: 16 pts
Textos: 11 pts