

TRANSICIÓN ENERGÉTICA EN COLOMBIA

Un movimiento por el cambio

01 MOVILIZATORIO

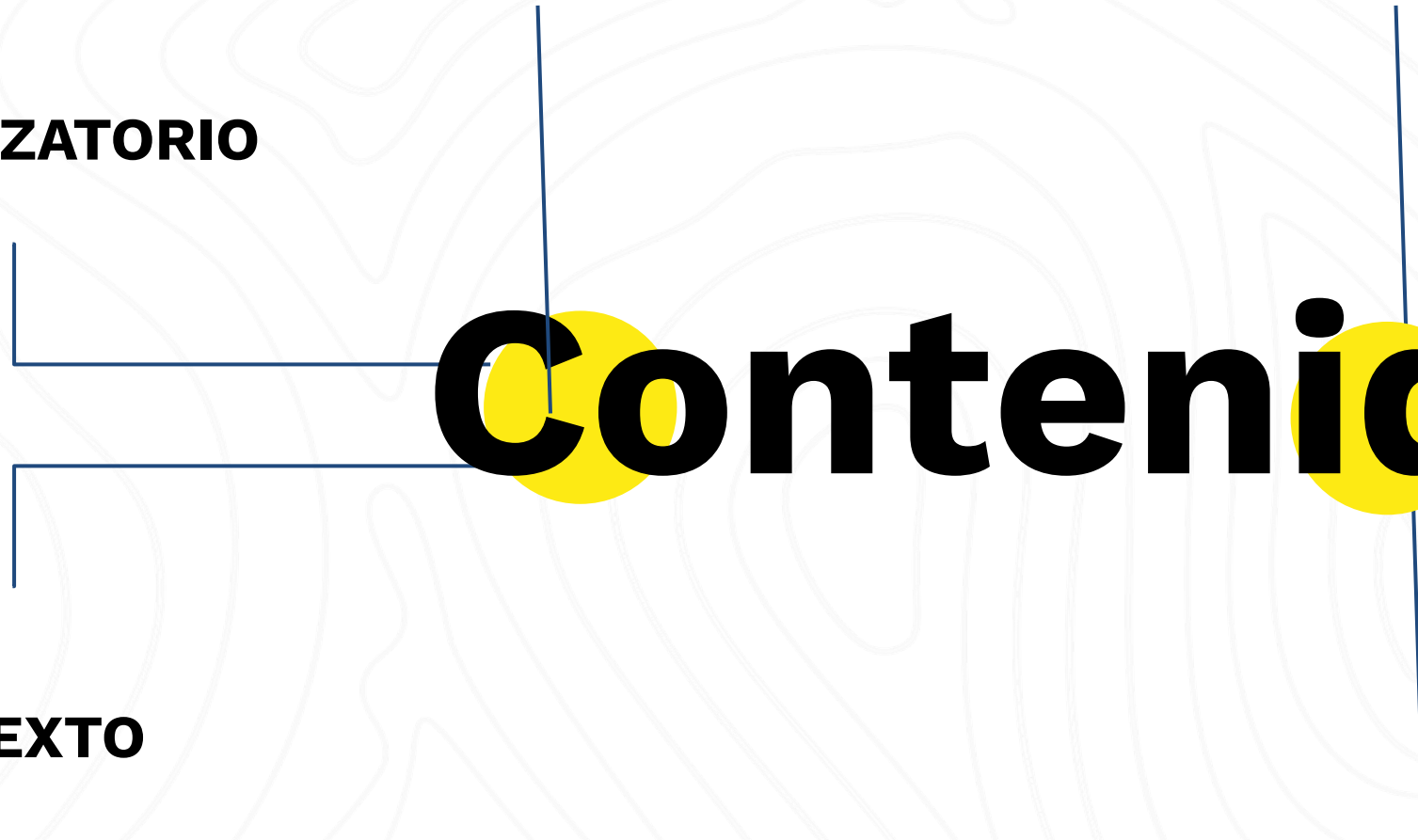
03 INVITACIÓN

04 POR QUÉ PARTICIPAR

02 CONTEXTO

Contenido

05 CÓMO PARTICIPAR



01

Sobre Movilizadorio



S O M O S MOVILIZATORIO

Un laboratorio experto en **transformación social** que trabaja por promover la **participación ciudadana** de forma activa y consciente para una sociedad mejor. Conectamos personas y organizaciones con tomadores de decisión. **Investigamos y aplicamos metodologías y tecnologías probadas e innovadoras.**

Más información: www.movilizadorio.org

LÍNEAS ESTRATÉGICAS



LIDERAZGO MEJORA Y DESARROLLO

Fortalecer y apoyar a los líderes sociales para el logro de sus objetivos.

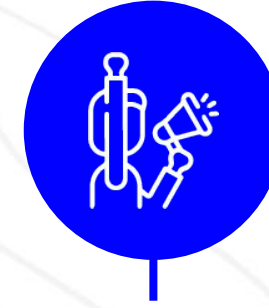
Desarrollar capacidades de liderazgo que generen soluciones a problemas sociales y ambientales.



CONCIENTIZACIÓN Y COMUNICACIÓN

Sensibilizar a la población sobre temas relevantes para generar cambios en la sociedad.

Comunicar y potenciar la movilización de causas alineadas con los valores de la organización.



MOVILIZACIÓN Y ACTIVISMO

Promover la movilización como mecanismo clave para impulsar el cambio en la sociedad.

Fortalecer liderazgos colectivos a través de estrategias de activismo para lograr impacto en nuestras causas.



GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

Desarrollar modelos mentales y metodologías para fortalecer las capacidades ciudadanas en materia de participación e innovación social.

Publicar conocimiento de diferentes formas para contribuir y participar activamente en el ecosistema de participación ciudadana e innovación.



TIPOS DE IMPACTO



Imaginarios

Activar nuevas narrativas y percepciones.



Comportamentales

Transformar a nivel individual.



Soluciones

Crear nuevos productos y servicios.



Políticos

Incidir en política pública.



Culturales

Impactar sistemas y normas sociales.



+125 mil

personas integran la
plataforma de El Avispero.

+19 millones

de personas alcanzadas en
campañas y comunicaciones.



IMPACTO EN COLOMBIA

+70 alianzas

con organizaciones nacionales e
internacionales.

32 deptos.

Alcance nacional.

NUESTROS ALIADOS



02

Transición energética

POR QUÉ LO HACEMOS: EL PROYECTO

Basados en la **investigación realizada** por el equipo de **Movilizadorio (2021)** sobre la **transición energética** en Colombia y México, nos preguntamos lo siguiente:

¿Cómo se puede promover el aumento de la **oferta y demanda de energías limpias**, trabajando de manera coordinada con **actores clave para** lograrlo?



POR QUÉ LO HACEMOS: EL PROYECTO

Teniendo en cuenta datos de la investigación detectamos varias oportunidades y retos en la materia de la transición energética, y junto con la **European Climate Foundation** decidimos lanzar un proyecto piloto con duración de 5 meses en las ciudades de Bogotá y Cali, con el cuál buscamos **conectar y dar visibilidad** al camino de éxito de un grupo de actores en su transición energética



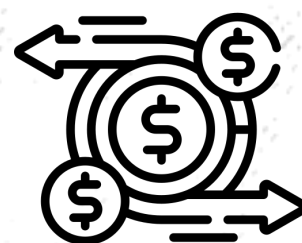
IDENTIFICAMOS OPORTUNIDADES

Durante la fase de investigación y analizando las respuestas de las entrevistas, hay varias oportunidades para aumentar la demanda y la oferta de energía renovable en Colombia



Legislativas

- Desde el marco legal, **fomentar la transparencia y la equidad** del sector eléctrico, que, a su vez, permita **desarrollar e implementar** mecanismos para facilitar procesos.



Económicas

- Promover y dar a conocer las estrategias de financiación y vincularlas con los programas para las PYME y otros destinatarios **generando nuevos empleos verdes.**



Sociales y Educativas

- Desarrollar una **narrativa clara y atractiva.**
- Compartir la información sobre los **requisitos, procesos, beneficios y oportunidades.**
- **Fortalecer e impulsar la conexión ciudadana** con la transición energética.



Ambientales

- Aprovechar la **disponibilidad** de recursos energéticos **renovables** (Energía solar y velocidad del viento).



03

¿Cómo lo queremos lograr?

MODELO DE ACCIÓN

Crear una red de empresas embajadoras entorno a las energías limpias

Formar una red especializada para impulsar las energías limpias.

Para ello, hay que identificar a los **posibles embajadores**, ponerlos en contacto y dotarlos de una narrativa eficaz para **atraer a un público más amplio** y abogar ante el público y el sector privado.

Crear historias de éxito

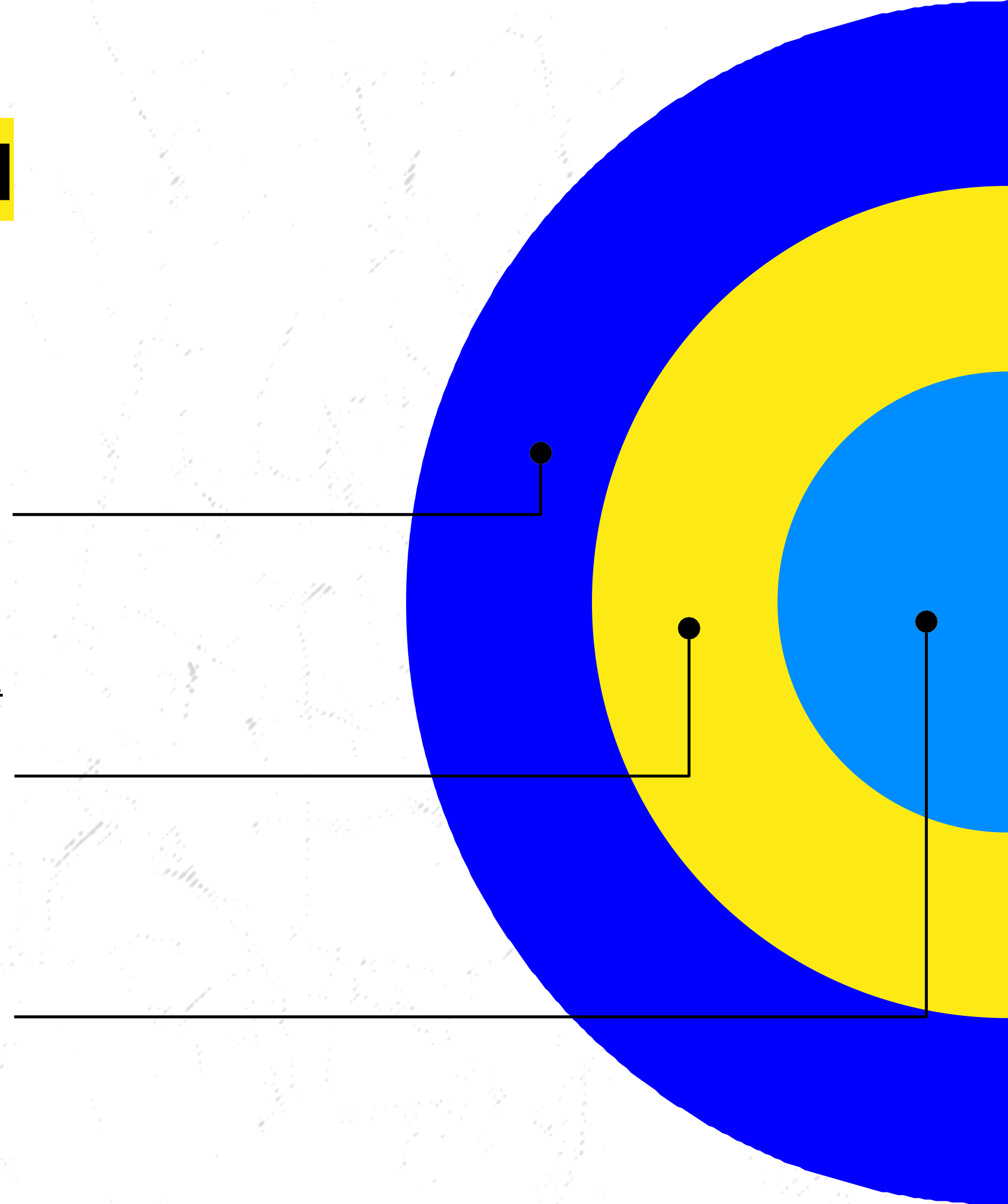
Trabajar para minimizar las dificultades actuales para la transición.

Esto permitirá ampliar el uso de energías limpias desde la base y crear casos de éxito para seguir apoyando los **cambios de comportamiento y promover los avances del sistema** descentralizado haciendo visible el apoyo y compromiso de estos actores .

Construir una narrativa convincente

Utilizar las historias de éxito y las victorias colectivas de la red de empresas para adaptar los mensajes a los distintos públicos.

Esto implica hacer más amable la información técnica, crear imágenes impactantes que se relacionen con las energías limpias y **llegar a distintos públicos según sus valores y prioridades.**





1. CREAR UNA RED DE EMPRESAS EMBAJADORAS EN TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Este **equipo embajador** será el líder encargado de **representar y fomentar la transición energética**, en este caso en Colombia, comprendiendo las **oportunidades** sociales, legislativas y económicas que se fomentan a través de las energías limpias.

Reto #1: Articular las **diferentes empresas embajadoras** involucradas en el proyecto para crear las sinergias correspondientes

Reto #2: Encontrar las **empresas idóneas** para asumir el reto de **liderar este sector y potenciar** la transición energética en el país



2. CREAR UNA NARRATIVA PARA LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Comprender a nuestra audiencia para **diseñar la narrativa general** a partir de la cual se adaptarán los mensajes para dirigirse a segmentos específicos y **motivarles a participar y actuar en la transición hacia las energías limpias.**

Reto #1: Crear diferentes narrativas para llegar a los **segmentos de la audiencia** y estos se comprometan efectivamente.

Reto #2: Priorizar los segmentos de audiencia teniendo en cuenta su **tamaño y su impacto potencial** frente al esfuerzo que requiere captarlos.

Reto #3: El lenguaje debe ser **fácil de entender**, interactivo y personal, evitando los tecnicismos.



3. IDENTIFICAR CASOS DE EXITO

Encontrar casos de éxito relevantes que **permitan incentivar a las personas y empresas** a seguir los pasos en la transición energética del país, **promoviendo una cultura de energía renovable** en el país responsable, eficiente.

Reto #1: Detectar casos de éxito que **cumplan con características inspiradoras** relevantes para el público en general.

Reto #2: Los casos de éxito deben estar alineados al máximo con el resultado **final del proyecto**, donde se puedan identificar fácilmente los desarrollos co-creados.



4. DESARROLLAR UNA CAJA DE HERRAMIENTAS

Desarrollar y entregar a los empresarios una caja de herramientas que les sirva de guía para la posterior y correcta aplicación de los aprendizajes adquiridos durante el proyecto.



04

Invitación



Para lograrlo, estamos buscando empresas que quieran:

- Invertir un **poco** de tiempo
- Compartir sus experiencias
- Convertirse en **voceras y referentes** de la transición energética

Para:

- **Co-crear las bases de una asociación de la sociedad civil** entre pequeñas, medianas y grandes empresas de Cali y Bogotá, que promueva la transición a las energías limpias.
- **Co-crear una narrativa llamativa y de impacto** sobre la importancia de una transición limpia y justa.
- **Co-crear historias de éxito** que acerquen el tema a la ciudadanía.

CRONOGRAMA

Duración del piloto: 5.5 meses

- Reunión general – **conexiones verdes**
 - Asistentes: Empresarios y organizaciones seleccionadas como embajadoras
 - Fecha: 28 de septiembre de 8 a 9:30 a.m.
 - Modalidad y duración: Presencial, 1:30 h
- Taller 1 de **co-creación**
 - Asistentes: Empresarios y organizaciones seleccionadas como embajadoras
 - Fechas tentativas: 26 - 30 de septiembre
 - Modalidad y duración: virtual, 2 h
- Taller 2 de **co – creación**
 - Asistentes: Empresarios y organizaciones seleccionadas como embajadoras
 - Fechas tentativas: 10 - 14 de octubre
 - Modalidad y duración: virtual, 2 h
- Entrevistas sobre historias de éxito (Octubre)
- Lanzamiento y difusión de la campaña (Noviembre y diciembre)
- **Cierre**



05

Por qué participar

4. POR QUE SER EMBAJADOR/A



El **material** de comunicación co-creado va a quedar a su disposición.



Ser **co-creador/a** del diseño de nueva marca de transición energética

VISIBILIZACIÓN

MATERIAL

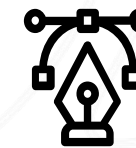
EXPERTICIA

CO-CREAR

Visibilización para **su empresa**, como actor en la transición energética, así como el **fortalecimiento de sus redes** de trabajo y/o alianzas.



Obtener **experticia** gracias a la *generación de capacidad instalada* (en comunicación estratégica, vocería, entre otros)), para su posterior aplicación y/o difusión.



06

Cómo participar

¿CÓMO SER UNA EMPRESA EMBAJADORA?

Envíe un correo electrónico expresando su interés e indique cómo se enteró del proyecto a:

Juan Pablo Díaz (Gerente de proyectos)

juanpablo.diaz@movilizatorio.org

Valeria Bernal Castillo (Estratega de proyectos)

valeria.bernal@movilizatorio.org