

SERVICIO SOCIAL EN LA FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL
MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE
COLOMBIANA GEORGE DAHL

BIANCA ISABEL BRAGAGNINI DÍAZ

Trabajo de grado modalidad servicio social

Para optar al título de:

Comunicadora Social - Periodista

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

Bucaramanga

2014

SERVICIO SOCIAL EN LA FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL
MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE
COLOMBIANA GEORGE DAHL

BIANCA ISABEL BRAGAGNINI DÍAZ

Trabajo de grado modalidad servicio social

Para optar al título de:

Comunicadora Social - Periodista

Supervisor

CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

Comunicación Social - Organizacional

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

Bucaramanga

2014

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, 13 de Febrero de 2014

AGRADECIMIENTOS

Infinitas gracias a Dios por guiarme hasta aquí y permitirme vivir esta experiencia con la Fundación Hidrobiológica George Dahl; a los Directores Edgar A. Patiño y Martha Luz Guerra por abrirme las puertas, confiar, protegerme como su hija; Además de enseñarme a amar, cuidar y a valorar aún más la naturaleza. A mis supervisores de práctica y Servicio Social Jaime Enrique Pallares y Clara Inés García Villamizar, por sus orientaciones, apoyo, consejos y motivación a dar siempre más. Por último, a mi madre porque gracias a ella estoy culminando mi profesión y ha sido mi ejemplo y modelo a seguir.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	9
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	10
1.1 UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN	10
1.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL: MISIÓN Y VISIÓN	11
1.3 OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPALES ACTIVIDADES	12
1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	13
2. ANTECEDENTES ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DESARROLLADAS	14
3. OBJETIVOS	15
4. REFERENTE CONCEPTUAL	16
5. PROPUESTAS ESTRATÉGICAS	20
5.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	21
5.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN EN FUNDACIÓN HIDROBIÓLOGICA GEORGE DAHL.	27
5.3 ACTIVIDADES DESARROLLADAS	28
6. RESULTADOS	31
7. RECOMENDACIONES	32
CONCLUSIONES	33
BIBLIOGRAFÍA	34
ANEXOS	36

LISTA DE ANEXOS

	pág.
1. MAPA DE MEDIOS	36
2. MAPA DE PÚBLICOS O DESTINOS	37
3. <i>BROCHURE</i> FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	38
4. <i>BROCHURE</i> PROYECTOS EJECUTADOS	39
5. PAGINA WEB	40
6. CAMPAÑA DIA DEL ARBOL	41
7. CAMPAÑA BIODIVERSIDAD	41
8. CAMPAÑA PRESERVACION	41
9. REDES SOCIALES	42
10. ARTICULOS INFORMATIVOS	43
11. BOLETINES MENSUALES	49
13, REGISTROS FOTOGRAFICOS	55
13. CAMPAÑA JORNADA DE LIMPIEZA	56

RESUMEN

Título: Estrategias Comunicativas. Fundación Hidrobiológica George Dahl, Barranquilla, Atlántico.

Autor: Bianca Isabel Bragagnini Díaz

Facultad: Comunicación Social – Periodismo.

Supervisor: Clara Inés García Villamizar.

Este documento es el resultado de un trabajo de grado en la modalidad de servicio social, realizado durante seis meses en la Fundación Hidrobiológica George Dahl en Barranquilla, Atlántico. El objetivo principal se enfoca en diseñar y ejecutar propuestas estratégicas para posicionar a la Fundación como un ente dedicado a la investigación científica que financia y apoya proyectos orientados al manejo sostenible y conservación de los recursos naturales en el país.

Estrategias de Sostenimiento, posicionamiento y visibilización se ejecutaron, logrando así: Creación y difusión de boletines mensuales, interacción en redes sociales, elaboración de videos educativos, entre otras tácticas que ayudaron a exponer a la FHGD como una organización sin ánimo de lucro que apoya y elabora proyectos ambientalistas de interés general.

Palabras claves: *Propuestas estratégicas, Tácticas, Boletines, Redes sociales, Recursos naturales.*

ABSTRACT

Title: Communications Strategies of Fundación Hidrobiológica George Dahl.

Author: Bianca Isabel Bragagnini Díaz

Faculty: Social Communication and Journalism

Mentor: Clara Inés García Villamizar

This document is the result of a thesis in a social service form, developed during six months in the Fundación Hidrobiológica George Dahl, in Barranquilla, Atlántico. The main objective is focused on designing and executing strategic proposals to position the foundation as an institution dedicated to the scientific investigation with finance and support projects oriented to the sustainable management and conservation of the natural resources in the country.

Strategies of support, positioning and visibility were done achieving in that way the creation and diffusion of monthly releases, interaction in social networks and production of educational videos between other tactics which helped to expose the FHGD as a nonprofit organization which supports and develops environmental projects of general interest.

Keywords: Strategic proposals, Tactics, Releases, Social networks, Natural resources.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de hoy, es evidente la importancia de las comunicaciones dentro de las organizaciones, en particular a las ONG,s o fundaciones sin ánimo de lucro, en las que se debe dar una mirada estratégica desde la comunicación, atendiendo más a un modelo de gestión, donde esté articulada la comunicación corporativa y la Responsabilidad social de manera que la organización, además de visibilizarse, busque crear un valor compartido, entendido dentro de la mirada de Michael Porter¹.

Por consiguiente, es necesario crear e implementar estrategias comunicativas efectivas que ayuden al fortalecimiento y a entrever las acciones de la Fundación Hidrobiológica George Dahl para llamar la atención de la comunidad y así, recibir aportes, bien sean: económicos, tecnológicos o de conocimiento para la ejecución de programas de conservación de fauna.

¹ PORTER, Michael. La Creación del Valor Compartido. Publicado en la Revista Harvard Business Review (América Latina); Enero de 2011.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1. CONTEXTO INSTITUCIONAL²

Ubicación: Carrera 43 # 47 – 32 local 2 Barrio el Rosario. Barranquilla, Atlántico. Teléfono: (7) 3704765.

Web Site: www.fhgd.org.

La Fundación para la Investigación y el Manejo de los Recursos Hidrobiológicos de la Región Caribe Colombiana George Dahl, es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, de carácter científico tecnológico, de utilidad común y ajena a intereses políticos, religiosos o raciales; conformada activamente por profesionales en diferentes áreas relacionadas con el manejo de los recursos naturales y la investigación.

Desde su constitución en enero de 1998 hasta la fecha, ha llevado a cabo investigaciones encaminadas a la generación de información básica necesaria para el manejo y conservación de especies silvestres; emprendido y formulado proyectos productivos con participación comunitaria; y actividades académicas encaminadas a la capacitación y fomento de la cultura ecológica, investigación y manejo sostenible de los recursos naturales en la región.

En cabeza de su director el Biólogo Marino Edgar A. Patiño Flórez, se ha venido abriendo un espacio a nivel regional como entidad académica, seria e idónea para los servicios que ofrece a la comunidad en general, dando, así un comienzo al logro de nuestros objetivos en pro del desarrollo local y regional.

² Toda la información de este apartado fue tomada textualmente de la página web de la fundación www.fhgd.org

1.2. MISIÓN, OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPALES ACTIVIDADES

MISIÓN

Participar en el desarrollo regional por medio del trabajo en pro de la investigación científica de carácter hidrobiológico y en áreas afines a gestión y manejo de recursos naturales. Trabajar en actividades de naturaleza académica y/o aquellas que favorezcan a ésta, además de desarrollar labores que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de nuestra organización y de la comunidad en general.

VISIÓN

La FUNDACIÓN HIDROBIOLÓGICA GEORGE DAHL espera ser reconocida a nivel nacional e internacional como un ente dedicado a la investigación científica, que financie y apoye proyectos científicos de gran envergadura y actividades orientadas al logro de un manejo sostenible y conservación de los recursos naturales, como alternativa viable y eficaz para el desarrollo social.

Lograr total autonomía en la fundamentación de instrumentos propios para el desarrollo de los distintos procesos que se generen o realicen, basados en absoluta autogestión

1.3 OBJETIVOS INSTITUCIONALES Y PRINCIPALES ACTIVIDADES

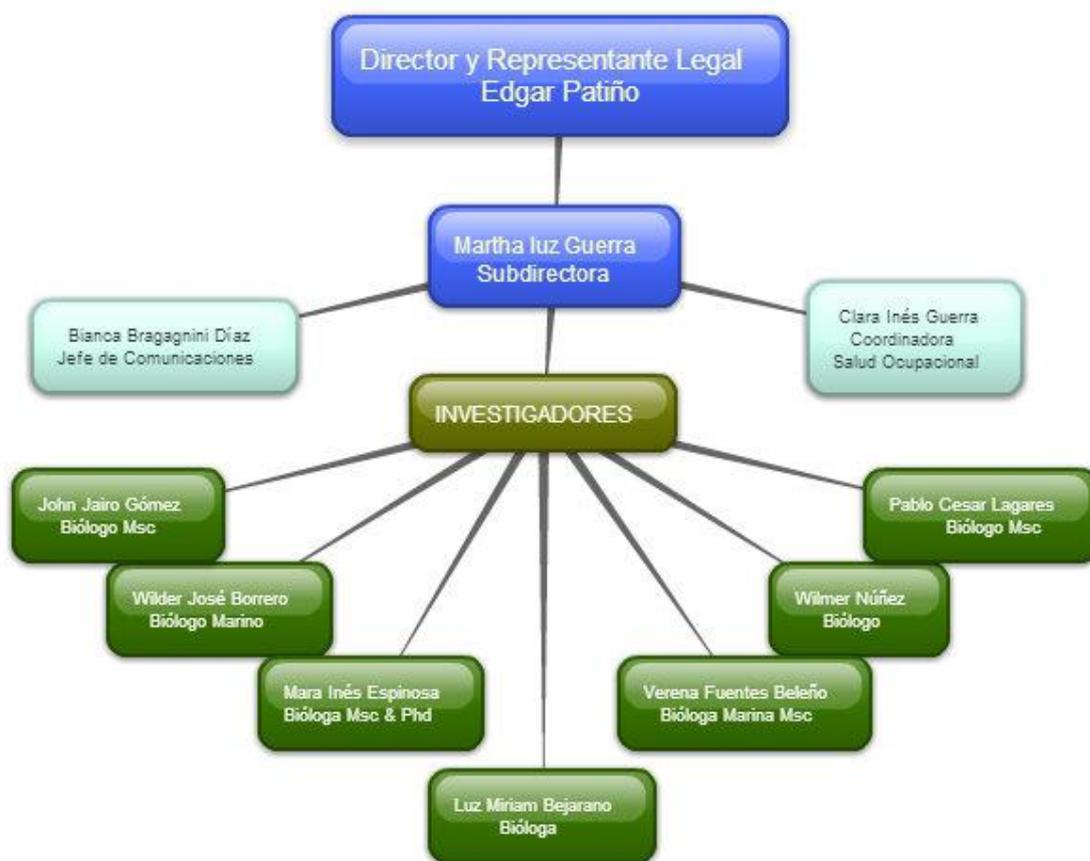
Realizar investigación básica, aplicada y actividades de proyección socioeconómicas que propendan por el manejo de los recursos naturales en Colombia.

- Manejo de la fauna silvestre bajo la aplicación de las normas del Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y desarrollo territorial (MAVDT).
- Desarrollar programas de conservación de especies amenazadas.
- Fomentar la investigación científica y la concientización ecológica, a través del desarrollo de actividades académicas y de publicación científico-tecnológica.
- Fomentar y diseñar programas de Manejo Sostenible de los Recursos Naturales de la Región.
- Fomentar el desarrollo productivo y empresarial del sector hidrobiológico, buscando lograr su rendimiento máximo sostenible.
- Desarrollar programas de saneamiento básico y transferencia tecnológica encaminados al manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales en la región.

1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se evidencia a partir de este organigrama que la comunicación, si bien se encuentra desarrollada por un personal de apoyo (Practicante o pasante universitario) su trabajo se desarrolla alrededor de la dirección general para facilitar y agilizar las diferentes estrategias de comunicación.

El papel del departamento de comunicaciones es visto como un órgano de apoyo al momento de proyectar las acciones de la Organización.



2. ANTECEDENTES DE EXPERIENCIAS EN COMUNICACIÓN DESARROLLADAS.

La Fundación Hidrobiológica George Dahl, está implementando actualmente una propuesta de PECO-FHGD (Plan Estratégico de Comunicación Organizacional), en el que se establecieron las estrategias y procesos comunicacionales e informacionales ágiles y efectivos para lograr un posicionamiento institucional sólido, ante los diferentes grupos objetivo de la Fundación.

Aunado a esto, se parte de la base de que la Fundación desarrolla Programas específicamente asociados al quehacer comunitario, principalmente en el aprovechamiento de recursos; su accionar desde el punto de vista de la importancia comunicacional se basa dentro de su estructura como un sistema que puede lograr cambio; por lo que tiene acercamientos en el campo de *Comunicación para el cambio Social*. En sus procesos se evidencia herramientas como el DOFA, la Ventana de Johary y el Árbol de ideas, entre otras herramientas para lograr consensos.

3. OBJETIVOS DEL SERVICIO SOCIAL

Diseñar y ejecutar propuestas estratégicas para posicionar a la Fundación Hidrobiológica George Dahl como un ente dedicado a la investigación científica que financia y apoya proyectos de gran envergadura orientados al manejo sostenible y conservación de los recursos naturales en el país.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Elaborar el Mapa de destinos y de públicos e identificar el tipo de mensajes para cada uno de ellos.
- ✓ Definir acciones de Relaciones públicas para crear una red de aliados estratégicos de la FHGD (Fundación Hidrobiológica George Dahl).
- ✓ Fomentar el turismo de naturaleza a partir de propuestas de gestión desde la divulgación de los proyectos ejecutados o en curso.

4. REFERENTE CONCEPTUAL

Al momento de determinar como objetivo principal el *generar estrategias comunicativas para dar a conocer a la Fundación Hidrobiológica George Dahl como un ente dedicado a la formulación de proyectos para la protección de los recursos naturales, y de esta manera captar recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación*, fue necesario determinar y entender que la Fundación debe generar un valor compartido, donde los fines de organización se articulen a un modelo exitoso y estable de gestión.

En este caso, se refiere a la definición de *Valor compartido* propuesta creada por el profesor de la Universidad de Harvard, Michael Porter, donde en la organización, “la solución está en el principio del valor compartido, que involucra crear valor económico de una manera que también cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos”³. En otras palabras, resolver problemas sociales, al mismo tiempo que se realiza un negocio.

No obstante, cabe aclarar que el *Valor compartido* no es una nueva definición de la *Responsabilidad Social Corporativa*. La principal diferencia entre el valor compartido y la Responsabilidad Social Corporativa radica en que la RSC “apoya a las causas sociales pocas veces relacionándose con las actividades empresariales en contraste con el *Valor Compartido*, donde existe un equilibrio entre las tareas comerciales y de negocio que coadyuven en el crecimiento y la sustentabilidad de la empresa conjunta a las actividades de contribución al entorno social”⁴.



³ PORTER, Michael, KRAMER, Mark R. La Creación del Valor Compartido. Publicado en la Revista Harvard Business Review (América Latina); Enero de 2011. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>

⁴ Ibid. Pag. 5.

Teniendo en cuenta la generación y aplicación de *Valor Compartido* en la Organización, se debe ver reflejado un desempeño superior por parte de la compañía, que permita tener un sustento real sobre el que se pueda cimentar la comunicación corporativa. Entendiendo que, la comunicación corporativa de una entidad “es todo lo que la empresa *dice sobre sí misma*. La Filosofía que orienta esta noción de comunicación corporativa se podría resumir en la conocida frase "*Hacer las cosas bien, y darlas a conocer*"⁵.

No solo es mostrar todas las acciones que realiza la Fundación, sino también exponer los ideales, sus expectativas. Puesto que, “la comunicación corporativa es generadora de expectativas: todas las actividades de comunicación que haga una organización estarán manifestando lo que se puede esperar de los productos o servicios de la compañía, así como lo que se puede esperar de la propia. Teniendo claro que, “el reto de comunicación es que haga comunicación y no que haga transmisión”⁶ así lo explica Manucci.

Además del *hacer*, el *Comunicar*, es decir, el transmitir a los públicos, de forma creativa y diferenciada, los mensajes creados de forma voluntaria, directa y organizada, acerca de todas las actividades que la organización realiza. Comunicar es decir a los Públicos: Quiénes Somos, Qué hacemos, Cómo lo Hacemos. Tenemos que comunicar la Identidad y la Diferencia. Si no comunicamos la Diferencia, no hay Diferencia.

Es de vital importancia para las organizaciones, conocer cuales son sus públicos prioritarios y secundarios, conocer como se forman y cuales son sus intereses ya que en función de todo esto tendrá que establecer su acción comunicativa⁷.

Según Paul Capriotti, “el estudio de los públicos debe enfocarse analizando las relaciones individuo-organización para llegar a conocer el vínculo fundamental

⁵CASAS Verónica, IGUACEL Virginia, SCALABRONI Gabriela. Relaciones Públicas Empresariales, Módulo 3: *El papel de las Relaciones Públicas en la Identidad Corporativa*. Fundación Universitaria Educación Superior. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Pág, 8. Disponible En: http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMANÍSTICAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20SECRETARIADO%20EJECUTIVO/07/RELACIONES%20PÚBLICAS%20Y%20PROTOCOLO/modulo-3_relaciones-pc3bablicas-empresariales.pdf

⁶ MANUCCI, Marcelo. Comunicación Corporativa estratégica. De la persuasión a la creación de realidades compartidas. SAF Grupo. Bogotá, 2004. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Pág, 12.

⁷ Op cit,. Pág, 9.

que se establece entre ambos que llevará a que cada público tenga unos intereses particulares en relación con la organización”⁸.

Es decir que, la planificación de la comunicación por parte de una organización estará condicionada por los intereses de cada público o “con los públicos estratégicos de interés recíproco (stakeholders).” Como los define Joan Costa⁹.

Por consiguiente, se deben fijar unos objetivos específicos de comunicación para cada uno de los públicos involucrados con la organización en función de sus intereses y estos anclados a una estrategia comunicativa.

Actualmente, no se puede definir una estrategia de comunicación sin tener en cuenta la realidad digital, de las organizaciones y particularmente las ONG`s necesitan hacer presencia en los buscadores web, debido que ahora se concibe el estar en el mundo digital como un seguro de notoriedad y reconocimiento, es “un plus” generador de credulidad de la organización en la sociedad. Es por esto que, el entorno digital debe estar implícito en la propia estrategia.

Este ‘nuevo’ (no tan nuevo realmente) medio que es el Internet provocó cambios en las relaciones entre una marca u organización con su público, por lo que como Relacionistas Públicos nos corresponde agregar planes más integradores enfocados en una escucha activa e interactiva de lo que nos dice la comunidad, en respuestas más ágiles y asertivas, así como en una estrategia de 360 grados que conecte lo offline con lo online, manteniendo un solo discurso, una sola verdad con transparencia y veracidad.¹⁰

Por consiguiente, una estrategia debe estar compuesta de dos lógicas, la informativa y la comunicativa.

La función de la información en una estrategia consiste en difundir los acontecimientos o los sucesos, a partir de una selección de procedimiento en donde se encuentran involucrados los

⁸ CAPRIOTTI, Paul: *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*, El Ateneo, Barcelona, 1992, [versión online, 2006, en <http://www.bidireccional.net>].

⁹ COSTA, Joan. Todo lo que interesa saber sobre el dircom. Entrevista con Joan Costa por Federico Sanchís. Disponible En: http://www.reddircom.org/pdfs/entrevistas/Revista_Imagen_y_Comunicacion_No3_Joan_Costa.pdf
Tomado el: 20 de Enero de 2014.

¹⁰ ALCIVAR, Garcia Gilda. *Las relaciones públicas y el potencial de las redes sociales en la proyección de la responsabilidad social*. Revista Científica De La Asociación Latinoamericana De Carreras Universitarias De Relaciones Públicas. Publicada en Noviembre de 2011. Disponible En: <http://www.ecotec.edu.ec/documentos/ECOTEC%20LIBRO%20ALACAURP.pdf> . pág 11.

agentes de la organización, los medios de comunicación y los mensajes. Por su parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común una situación...la intención de compartir una misma visión o modelo de acción - representación de la realidad es la finalidad de la comunicación¹¹.

En definitiva, se puede entender como estrategias aquellos procedimientos que "implican una secuencia de acciones realizadas de forma deliberada y planificada, mientras que la secuencia automatizada de acciones se denominan "técnicas, destrezas, habilidades o hábitos"¹².

¹¹ ARELLANO, Enrique C. *La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones*. ENEP Acatlán, CADEIC. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>

¹² HENNESSEY , Germán. El Proceso Enseñanza-Aprendizaje de la Comunicación Organizacional.Un Proceso de Formación de Consultores Basado en un Modelo de una Acción-Reflexión Empresa-Aula y el Aprendizaje Autónomo. Facultad de Estudios de Posgrado, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. Tomado el: 16 de Enero de 2014. Disponible En: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/ghennessey.html>

5. PROPUESTAS ESTRATEGICAS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN DE ACCIÓN	ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	TÁCTICA
Elaborar el Mapa de destinos y de públicos e identificar el tipo de mensajes para cada uno de ellos.	SOSTENIBILIDAD	Incentivar a la formulación de Proyectos productivos para la consecución de Recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación	Gestión de Ideas
			Fortalecimiento Y Orientación estratégica al Plan de Comunicaciones. con los aportes de Sandra Fuentes.
Definir acciones de Relaciones públicas para crear una red de aliados estratégicos de la FHGD (Fundación Hidrobiológica George Dahl).	VISIBILIZACIÓN	Generar el interés a empresas y entidades estatales de financiar y apoyar proyectos científicos para la conservación de Recursos Naturales.	Actualización de <i>Brochure</i>
			Elaboración del video Institucional
	POSICIONAMIENTO	Divulgación de la acciones de la FHGD	Monitoreo y actualización de contenidos de la página web Redes sociales
			Elaboración de artículos informativos de los procesos conservacionistas.
SOSTENIMIENTO	Incentivar a la formulación de Proyectos productivos para la consecución de Recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación	Elaboración de boletines mensuales	
Fomentar el turismo de naturaleza a partir de propuestas de gestión desde la	POSICIONAMIENTO	Divulgación de la acciones de la FHGD	Definir las áreas de acción para la formulación del proyecto de naturaleza.

divulgación de los proyectos ejecutados o en curso.		Visitas de campo. Para aportes (toma de registros fotográficos) a proyectos en ejecución.
		Acompañamiento a la recolección de información para la divulgación de proyectos.

5.1 DESCRIPCION DE LAS ESTRATEGIAS

5.1.1 Estrategia de Sostenibilidad: Incentivar a la formulación de proyectos productivos para la consecución de recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación.

Las tácticas para hacer efectiva esta estrategia fueron la gestión de ideas, donde mensualmente se reunían todos los miembros de la Fundación y desarrollaban nuevas propuestas, se daba información de nuevos descubrimientos o innovaciones en el mundo ambiental. Por otra parte, se actualizó el Mapa de Medios y Públicos y se inició con la aplicación de cada una de las estrategias allí planteadas (Ver anexo 1 y 2).

5.1.2 Estrategia de Visibilización: Generar el interés a empresas y entidades estatales de financiar y apoyar proyectos científicos para la conservación de Recursos Naturales.

Brochure Filosofía institucional y Proyectos ejecutados: La Fundación Hidrobiológica George Dahl ya tenía elaborado un folleto con la filosofía institucional. Este fue revisado detenidamente y se evidenció que la sobrecarga de texto y el diseño plano, no lograba mantener la atención del lector, siendo su contenido muy importante (la experiencia laboral que tenía la FHGD durante los 15 años de trayectoria, entre otras...)

Se planteó una segunda opción (*Brochure 2*) su modelo había mejorado pero aún tenía sobrecarga de texto. En definitiva se diseñó una tercera propuesta que fue la aceptada por los directivos, donde se propuso dividir la información contenida en el documento, quedando así un plegable con toda la información institucional (Quiénes somos, Misión, Visión, Funciones, equipo de trabajo) y otro específico con todos los proyectos ejecutados; esto ayudo a que la

información estuviera más organizada y se pudiera jugar más con el contenido y por ende hacerlo más llamativo. (Ver *Brochure* final ampliado en Anexo 3).

Brochure 1.

Cuadernillo, tamaño carta.



Brochure 2.

Folleto tamaño media carta.



Brochure 3.

Plegable Tamaño carta



Video Educativos: Inicialmente se propuso realizar el video institucional, pero por falta de equipos para su elaboración y tiempo disponible de los miembros de la Fundación se decidió trabajar con el material que ya tenía la Fundación y elaborar dos videos educativos, el primero de Conservación de Caimanes y el segundo de Conservación de Tortugas marinas. Esto porque hay suficientes grabaciones de todo el procedimiento de conservación y fácilmente se podría utilizar para mostrar en los medios de comunicación y redes sociales como un atractivo que al mismo tiempo está generando conciencia en la población.

La edición de todo el material fotográfico que se tenía archivado, fue una idea conjunta, puesto que se posee material para demostrar toda la experiencia que tiene la Fundación pero por falta de una persona capacitada para mostrar debidamente el material, no se había tenido un buen uso los videos.

Como nos reitera Gilda Alcivar en su artículo: *Las relaciones públicas y el potencial de las redes sociales en la proyección de la responsabilidad social:*

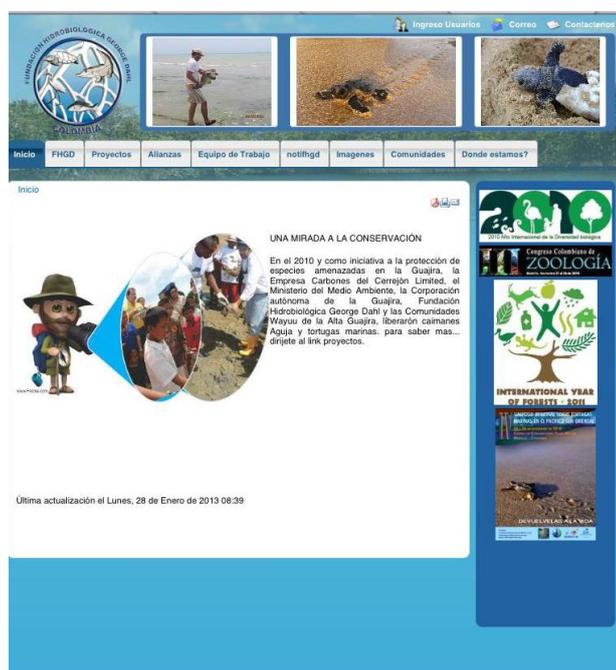
El posicionamiento de la empresa en redes sociales, el desarrollo web, el universo del blogging y la multiplicidad de herramientas digitales obligan a incorporar, posicionar y dimensionar esta realidad a la hora de comunicarse. Hoy, comunicar, implica saber canalizar el mensaje en los soportes adecuados y el video, experimenta un desarrollo espectacular con motivo de internet¹³.

5.1.3 Estrategia de Posicionamiento: Divulgación de la acciones de la FHGD Fundación Hidrobiológica George Dahl.

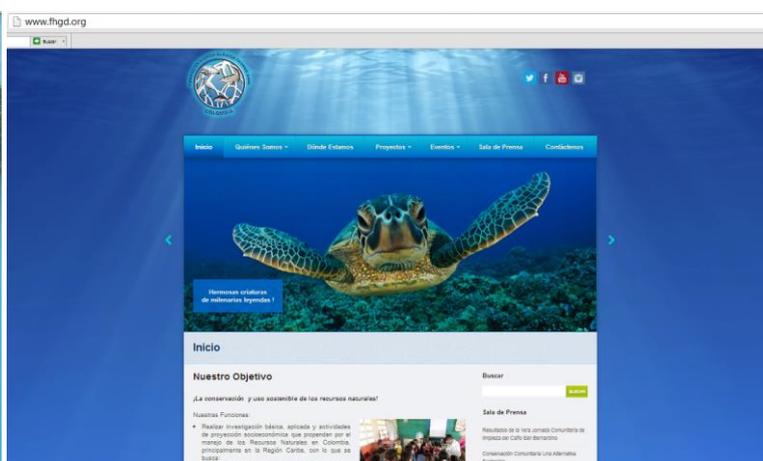
Monitoreo y actualización de contenidos de la página web Redes sociales:

Página web: Después de revisar e interactuar con la página web de la Fundación, se decidió rediseñarla (cambiar de plantilla y hacerla mucho más armónica e interactiva) además de actualizar el contenido constantemente. Se lograron los objetivos con una página más moderna con contenidos de interés general ver: www.fhgd.org (Anexo 6).

web Vieja 1



Web Nueva 1



Redes Sociales:

¹³ ALCIVAR, Garcia Gilda. *Las relaciones públicas y el potencial de las redes sociales en la proyección de la responsabilidad social*. Revista Científica De La Asociación Latinoamericana De Carreras Universitarias De Relaciones Públicas. Publicada en Noviembre de 2011. Disponible En: <http://www.ecotec.edu.ec/documentos/ECOTEC%20LIBRO%20ALACAURP.pdf> . pág 11.

El crecimiento de las tecnologías de la comunicación y la aparición hace algunos años de las redes sociales digitales, presentan un nuevo contexto de trabajo y retos para los comunicadores y para las relaciones públicas como disciplina.

Para una organización ya no es suficiente contar con un sitio web oficial, una página (fanpage) en Facebook, o un nombre en Twitter, solo por tener presencia en Internet. Ahora se vuelve una necesidad ser parte activa de internet volviéndose como un organismo vivo, comunicacional que nos permita ya no solo hablar, sino escuchar; abrir conversaciones, saber qué dicen de nosotros, cómo lo dicen, quiénes lo dicen, cuándo lo dicen, pero sobre todo, qué tenemos que añadir, comentar, responder al respecto¹⁴.

Al tomar el aporte de Alcivar, se inició abriendo el perfil de la FHGD en las principales redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para empezar a interactuar con la comunidad. Se elaboraron campañas publicitarias con temas que daban alusión a generar un diálogo entre las dos partes. Durante la práctica profesional, se desarrolló una campaña publicitaria muy exitosa: EN SEMANA SANTA NO PEQUES COMIENDO HICOTEA, el alcance total de la campaña fue de 20,187 personas que vieron la campaña, aunado a esto 273 personas compartieron la imagen y comentaron.

Esto demostró, que si es posible concientizar a través de imágenes e información de valor a la comunidad sin importar edad ni sexo.



Otra manera de generar contenido fue la elaboración de artes del día del árbol (Anexo 7), de la biodiversidad (Anexo 8), de las aves (anexo 9) entre otros. (Ver Anexo 10 Redes Sociales)

¹⁴ Op cit. Pág, 12.

Elaboración de artículos informativos de los procesos conservacionistas:

El uso de un lenguaje técnico y robusto en los informes y publicaciones de los proyectos ejecutados o en proceso creó la necesidad de escribir artículos más llamativos, con un lenguaje no técnico, y fácil de interpretar para toda la comunidad. Estos se publicaron en la página web e iban anexando a los boletines mensuales que se enviaban vía correo electrónico (Anexo 11).

5.1.4 Estrategia de sostenimiento: Incentivar a la formulación de Proyectos productivos para la consecución de Recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación.

Diseño, construcción y difusión de boletines mensuales: La necesidad de comunicar las acciones a los patrocinadores, posibles contratantes, colegas y aprendices, dio apoyo a la idea de la elaboración de un boletín mensual con toda la información de cómo iban los proyectos que la Fundación estaba ejecutando, además de la inclusión de temáticas alusivas a los acontecimientos del momento (Anexo 11).

Gracias a esto, distintas entidades que habían contratado para ejecutar sus programas, volvieron a ver que la Fundación aún estaba en funcionamiento y expresaron su ánimo de seguir recibiendo más noticias.

5.1.5 Estrategia de posicionamiento

Aportes al proyecto Turismo de Naturaleza:

Se definieron las áreas de acción donde se iba a ejecutar el proyecto de turismo (territorios). Se hicieron varias visitas de campo al sector y se tomaron registros fotográficos de distintas especies de plantas y atracciones turísticas.

Actualmente, la formulación del proyecto está detenida por parte de los funcionarios de la organización, por falta de tiempo disponible para continuar en la recolección de información (Ver anexo 12).

Comunicación para el cambio Social

Partiendo de la base de que la Fundación desarrolla programas específicamente asociados al quehacer comunitario, principalmente en el aprovechamiento de recursos; su accionar desde el punto de vista de la importancia comunicacional se basa dentro de su estructura como un sistema que puede lograr cambio; por lo que tiene acercamientos en el campo de *Comunicación para el cambio Social*. En sus procesos ha evidenciado herramientas como el DOFA, la Ventana de Johary y el Árbol de ideas, entre otras herramientas para lograr consensos.

Una de las actividades de acercamiento comunitario donde tuvo gran acogida tanto por la comunidad como por las difusión en las redes sociales, fue la Jornada comunitaria de limpieza del Caño San Bernardino.

Las redes sociales permiten no solo informar sobre los avances o resultados de nuestra gestión de responsabilidad social, sino empoderar a la gente en las causas que promovemos, así como ser un canal de retroalimentación de esa gestión¹⁵.

La Fundación estaba haciendo presencia en la mayoría de poblaciones cercanas al caño, puesto que está ejecutando el proyecto Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya para la empresa Indupalma y una manera de concientizar a la comunidad del cuidado de sus recursos naturales, fue convocándolos a esta jornada. (Ver anexo 13)

¹⁵ Ibid. Pág 20.

5.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN EN LA FUNDACIÓN HIDROBIÓLOGICA GEORGE DAHL.

Durante el proceso de prácticas y Servicio Social. Al analizar la situación actual de la organización, surgió la necesidad de evidenciar todas las acciones de la Fundación, creando diversas estrategias para dar a conocer todos los proyectos ejecutados y actividades que en ese momento se estaban aplicando y de esta manera lograr un reconocimiento de la entidad como una Fundación que promueve, elabora y aplica proyectos ambientalistas de gran envergadura en la región. Puesto que, la Fundación solo centraba su accionar en reportar información técnica a sus entidades contratantes, información de interés general pero que no era difundida.

Se hizo un reconocimiento de la FHGD (historia, misión, visión, objetivos, proyectos ejecutados...) y luego, para conocer cómo se estructura el espacio de interacciones de la organización fue necesario identificar sus públicos y los medios que la organización emplea para construir su interacción. En primera instancia, se determinó elaborar un mapa de destinos o públicos, tomando como guía los tres pasos que Sandra Fuentes en su libro Mapa Integral de Comunicaciones:

1. *Inventario de los destinos de comunicación. En esta primera etapa se identifican los públicos con los cuales la organización tiene o debería tener interacción, y se segmentan en destinos de comunicación interna, marketing y entorno, con el fin de especializar las acciones de información y comunicación de acuerdo con su perfil. Adicionalmente, cada segmento se divide en los diferentes tipos de comunicación que se deberían llevar a cabo con cada uno. Por ejemplo, el segmento de públicos destino de entorno tiene una división de comunicación de opinión pública, que cubre públicos como los medios de comunicación masiva y los ciudadanos en general.*
2. *Caracterización de los destinos: Una vez identificados los públicos se caracteriza cada uno describiendo su perfil y el objetivo actual de comunicación e información. Se identifica si existe una estrategia de comunicación que lo cubra, y se hace un inventario de los medios de información y espacios de comunicación que se emplean con cada público. A partir de esto, se extractan las limitantes y fortalezas comunicacionales para priorizar las futuras acciones específicas con cada destino.*
3. *Segmentación estratégica de los destinos: Al contar con el inventario y caracterización de los públicos-destino, el*

*siguiente paso es segmentarlos estratégicamente de acuerdo con el nivel de interés que se posea en cada uno de ellos, para involucrarlos en las acciones estratégicas y en el nivel de poder e influencia que poseen para que el plan de comunicación sea exitoso.*¹⁶

Elaborar el Mapa de Públicos de la Fundación Hidrobiológica George Dahl, permitió tener una idea clara de cómo llegarle a cada segmento y de qué manera; en palabras de Sandra Fuentes “permite tener una visión completa y operacional de la diversidad de públicos, y de sus circunstancias, intereses y expectativas; al igual que las necesidades comunicacionales relacionadas con el plan de negocio de la organización”¹⁷ (Ver Anexo 1).

Por consiguiente, se establecen estrategias y procesos comunicacionales e informacionales ágiles y efectivos para lograr un posicionamiento institucional sólido, ante los diferentes grupos objetivo de la Fundación.

¹⁶ FUENTES, Sandra. Mapa integral de Comunicaciones. Universidad Pontificia Bolivariana. Versión Web. Disponible En: http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt1/gt1_martinez.pdf Pág 14.

¹⁷ Ibid, Pág 1.

5.3 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES - SERVICIO SOCIAL																									
Fundación Hidrobiológica George Dahl - Barranquilla, Atlántico																									
TÁCTICA / ACTIVIDAD	PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 11 DE JUNIO HASTA 11 DE DICIEMBRE DE 2011																								
	11-Jun			11-Jul				ago-11				11-Sep				11-Oct				11-Nov				Dic	
	SEMANA			SEMANA																					
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
TÁCTICAS I Conocimiento de funciones y Proceso elaboración del Plan de Acción.	■	■	■																						
TÁCTICA II Definir las áreas de acción para la formulación del proyecto de naturaleza.				■	■																				
TÁCTICA III Reorganización del Plan de Acción						■	■																		
TÁCTICA IV Fortalecimiento y Orientación Estratégica del PECO								■	■																
TÁCTICA V Visitas de campo. Para aportes (toma de registros fotográficos)						■	■	■	■																
TÁCTICA VI Acompañamiento a la recolección de información para la formulación del				■	■					■	■	■	■												

RESULTADOS

Se demostró a los directivos de la organización, la importancia de tener un profesional de la comunicación que formule, desarrolle y lidere propuestas estratégicas que, enlazadas a los objetivos instituciones, ayuden a posicionar y visibilizar a la FHGD tanto nacional como internacionalmente.

Se logró reconocimiento y recordación de marca a través de la divulgación de información de la FHGD en redes sociales. La organización pasó a ser una organización productora de contenidos de interés y generadora de interacciones.

Con el envío de los boletines mensuales a la base de datos y empresas estratégicas, se captó la atención de personas y organizaciones del medio conservacionista, que manifestaron su interés por seguir recibiendo información acerca del proceso de los proyectos que formula y desarrolla la FHGD.

Los videos educativos lograron captar la atención, al mismo tiempo que produjeron comentarios positivos de los alcances que ha tenido la FHGD durante el desarrollo de este tipo de programas (Conservación de Caimanes y Tortugas).

RECOMENDACIONES

Después del acercamiento que se efectuó durante el servicio social con la elaboración de propuestas estratégicas *para posicionar a la Fundación Hidrobiológica George Dahl como un ente dedicado a la investigación científica que financia y apoya proyectos de gran envergadura orientados al manejo sostenible y conservación de los recursos naturales en el país*; es necesario diseñar un proyecto de comunicación en el que se defina un Plan Estratégico de comunicación donde se analicen los diferentes públicos y se construyan estrategias eficaces para lograr la atención de cada uno.

No obstante, la Fundación debe buscar aliados estratégicos, que apoyen y/o financien los proyectos que la organización ha formulado o piensa formular en pro de la conservación de las especies y la concientización humana.

CONCLUSIONES

En definitiva, es necesario que la Fundación continúe con la elaboración y divulgación de boletines mensuales; el monitoreo y producción de contenidos para las redes sociales; redacción de artículos informativos tomando como base los informes técnicos. Además de, gestionar con los medios de comunicación para reproducir la información producida de los programas que se van ejecutando, siendo ésta de interés general.

Si se desarrollan a cabalidad las estrategias planteadas que, articuladas a los objetivos institucionales, van a permitir visibilizar y posicionar, por ende se encontrarían aliados estratégicos y de esta forma se generaría un mayor impacto social y ambiental en la comunidad.

Es ineludible que hoy las organizaciones den una mirada endémica, y desde allí establecer cómo darse a conocer en el entorno y para ello hay que pensar desde la dinámica del Valor compartido, puesto que, “la oportunidad de crear valor económico mediante la creación de valor para la sociedad será una de las fuerzas más poderosas que impulsará el crecimiento en la economía global”¹⁸.

¹⁸ PORTER, Michael, KRAMER, Mark R. La Creación del Valor Compartido. Publicado en la Revista Harvard Business Review (América Latina); Enero de 2011. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf> Pág, 6.

BIBLIOGRAFÍA

ALCIVAR, García Gilda. *Las relaciones públicas y el potencial de las redes sociales en la proyección de la responsabilidad social*. Revista Científica De La Asociación Latinoamericana De Carreras Universitarias De Relaciones Públicas. Publicada en Noviembre de 2011. Disponible En: <<http://www.ecotec.edu.ec/documentos/ECOTEC%20LIBRO%20ALACAURP.pdf>>

ARELLANO, Enrique C. *La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones*. ENEP Acatlán, CADEIC. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>>

CAPRIOTTI, Paul: *La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada*, El Ateneo, Barcelona, 1992, [versión online, 2006, en <<http://www.bidireccional.net>>

CASAS Verónica, IGUACEL Virginia, SCALABRONI Gabriela. *Relaciones Públicas Empresariales, Módulo 3: El papel de las Relaciones Públicas en la Identidad Corporativa*. Fundación Universitaria Educación Superior. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMANÍSTICAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20SECRETARIADO%20EJECUTIVO/07/RELACIONES%20PÚBLICAS%20Y%20PROTOCOLO/modulo-3_relaciones-pc3bablicas-empresariales.pdf>

COSTA, Joan. Todo lo que interesa saber sobre el dircom. Entrevista con Joan Costa por Federico Sanchís. Tomado el: 20 de Enero de 2014 Disponible En: <http://www.reddircom.org/pdfs/entrevistas/Revista_Imagen_y_Comunicacion_No3_Joan_Costa.pdf>.

FUENTES, Sandra. Mapa integral de Comunicaciones. Universidad Pontificia Bolivariana. Versión Web. Tomado el 20 de Octubre de 2013. Disponible En: <http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt1/gt1_martinez.pdf>

Fundación Hidrobiológica George Dahl. Administración y Manejo del Centro de Rehabilitación de Fauna y soporte en los rescates de fauna silvestre en áreas de avance de minería según plan minero. Entidad contratante: Carbones del Cerrejón Limited. 1 de Junio de 2008 - 31 de Mayo de 2012.

Fundación Hidrobiológica George Dahl. Programa de Conservación comunitaria del Caimán aguja (*Cocodylus acutus*) y Tortugas Marinas en Bahía Portete, Alta Guajira. **FASES I a V**. Julio 2007 a Diciembre de 2011. Entidad Contratante: Carbones del Cerrejón Limited.

Fundación Hidrobiológica George Dahl. Programa de conservación de especies amenazadas: Tortugas marinas - hacia un acuerdo de conservación con la comunidad Wayü. Entidad Participante: Conservación Internacional. Abril de 2011 - Marzo de 2012.

HENNESSEY, Germán. El Proceso Enseñanza-Aprendizaje de la Comunicación Organizacional. Un Proceso de Formación de Consultores Basado en un Modelo de una Acción-Reflexión Empresa-Aula y el Aprendizaje Autónomo. Facultad de Estudios de Posgrado, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. Tomado el: 16 de Enero de 2014. Disponible En: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/ghennessey.html>>

MANUCCI, Marcelo. Comunicación Corporativa estratégica. De la persuasión a la creación de realidades compartidas. SAF Grupo. Bogotá, 2004. Tomado el: 15 de Enero de 2014.

PORTER, Michael, KRAMER, Mark R. La Creación del Valor Compartido. Publicado en la Revista Harvard Business Review (América Latina); Enero de 2011. Tomado el: 15 de Enero de 2014. Disponible En: <<http://www.filantropiatransformadora.org/attachments/article/198/Shared%20Value%20in%20Spanish.pdf>>

ANEXOS

1. Mapa de Medios FHGD.

		MAPA DE MEDIOS								
		MEDIOS	Grupo de Interés	Objetivo	Producción	Transmisión	Recepción	Limites	Fortaleza	Prioridades
INTERNO	MEDIOS DE INFORMACIÓN	Boletines	Directivos y empleados	Divulgar información general: actualidad, noticias, sugerencias.	Cuando se requiera, al menos unos semanal.	Se distribuye por toda la empresa a cada uno de los empleados, por medio del correo institucional.	Los reciben todos los miembros de la empresa	Las visitas de campo, retrasan la revisión de sus mails y pro ende del Boletín.	Mantiene informados a todos los miembros de la empresa sobre temas de interés.	Informar y acerca de procesos de gestión y convocatorias sobre temas prioritarios de conservación.
		videos educativos	Directivos, empleados, Voluntarios, Universidades, Empresarios y medios de Comunicación	1. Instruir altos interesados de cómo es el proceso de un Programa ad conservación. 2. Exponer a la FHGD como una organización responsable con el Medio Ambiente.	Un video de 5 minutos. Cada vez que se desarrolle algún proyecto de interés general.	Medios de Comunicación, también se colgará en la página web para el que lo requiera.	Público en general	1. Monótono 2. Pocos cambios en metas.	por medio del movimiento de imágenes se hace más interactiva la presentación de la FHGD.	Alternativa viable para exponer la fundación a sus públicos de manera dinámica.
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Gestión de ideas	Empleados y Directivos.	1. Formular ideas claves para la mejora continua de los procesos de la FHGD. 2. Identificar las fortalezas de los procesos que se están desarrollando y las debilidades de estas. También ideas para nuevos proyectos.	Semanalmente se realiza una reunión para incentivar al trabajo en equipo (si no están en trabajo de campo)	Reunion conjunta de directivos y empleados, en las instalaciones e la Fundación.	Empleados, directivos,	Falta de interés para aportar ideas y estrategias	Retroalimentación de ideas.	1. Promover nuevas estrategias para mantener al tanto de los procesos internos de la empresa. 2. Revisar como van los procesos de cada proyecto.
MARKETING Y ENTORNO	MEDIOS DE INFORMACIÓN	Publicaciones	Directivos, empleados, Voluntarios, Universidades, Empresarios y medios de Comunicación	Dar a conocer los proyectos de la Fundación, por medio de Artículos Científicos, elaborados por los Biólogos.	Se reproduce un ejemplar cada 6 meses, de una manera clara y sencilla, donde se incluyen resultados de los proyectos ya realizados y estadísticas.	1. Distribuido en toda la empresa a cada uno de los empleados. 2. Universidades, ya que recopilamos y damos resultados de investigaciones de gran envergadura.	Empleados, directivos, medios de comunicación y universidades.	Lenguaje técnico.	fomenta el interés por los empleados de seguir investigando y dando resultados, además de tener un instrumento para mostrar la trayectoria que tiene la Fundación	Divulgar información necesaria para dar a conocer la Fundación como una ONG que produce información constante y necesaria para la Región.
		Página web y redes sociales	Directivos, empleados, Voluntarios, Universidades, Empresarios y medios de Comunicación	Suministrar información general de la empresa, y mantener al tanto a los receptores de nuestros programas.	Actualización diariamente.	Internet	todo el que tenga acceso a web	La acequibilidad de la página en los buscadores no es buena.	La página web tiene un diseño muy dinámico, que permite interactuar y encontrar la información rápidamente.	Vender la imagen de la Fundación y así atraer a nuevos aportantes y voluntarios
		Brochure	medios de comunicación, Empresarios, Universitarios y Voluntariado	Cumplir con: Función informativa, Función publicitaria, Función identificadora.	Se actualiza cuando se crean nuevos servicios y alianzas.	Impreso	Todos los públicos		El Brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca la ONG de manera atractiva.	Un buen diseño de Brochure es la mejor carta de presentación de su compañía.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Visitas de campo	medios de comunicación, Empresarios, Universitarios y Voluntariado	Participar y evidenciar los procesos que está desarrollando la Fundación Hidrobiológica	Cuando se realicen liberaciones.	Se grabaran videos de la experiencia para publicarlo en la web y de esa manera se unan más personas.	1. Todas las personas que asistan. 2. Empresarios. 3. Medios de Comunicación	que asistan pocos medios de comunicación y empresarios	Si se genera Free press, se logra reconocimiento rápidamente de manera económica.	Presenciar como van los procesos y conocer el objetivo de la Fundación	

2. Mapa de públicos o destinos FHGD

MAPA DE DESTINOS							
DESTINOS	PERFIL	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN Y DE INFORMACIÓN	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	MEDIOS DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIÓN	LIMITANTES COMUNICACIONALES	FORTALEZAS COMUNICACIONALES	PRIORIDADES COMUNICACIONALES
DIRECTIVOS	Profesionales comprometidos con la formulación de proyectos de Conservación. Su aporte es necesario en las decisiones y proyectos actuales y futuros de FHGD.	Insetivar a la formulación de Proyectos productivos para la consecución de Recursos económicos, técnicos o de conocimiento para el desarrollo de programas de conservación.	Sostenimiento	1. Boletín mensual. 2. Gestión de ideas.	2. Debido a las multitareas de los Directivos. La limitante es el tiempo para lograr un consenso en la Gestión de ideas.	1. Mantiene informados a todos los miembros de la empresa sobre temas de interés. 2. Retroalimentación de ideas.	Promover nuevas estrategias para la consecución de recursos y evaluar los proyectos ya ejecutados.
EMPLEADOS (BIÓLOGOS)	Columna importante en la Organización. Encargados de ejecutar los proyectos de conservación.	Generar sentido de pertenencia	Fortalecimiento	Boletín mensual	Al no ser elaborado en su terminología técnica, puede que no atraiga la atención de los profesionales.	Fomenta el interés por los empleados de seguir investigando y dando resultados.	Informar acerca de procesos de gestión y convocatorias sobre temas prioritarios de conservación.
EMPRESAS DONANTES	Organizaciones responsables con el Medio ambiente que ven la necesidad de financiar actividades orientadas al logro de un manejo sostenible y conservación de los Recursos naturales	Generar el interés de financiar y apoyar proyectos científicos para la conservación de Recursos Naturales.	Visibilización	1. Brochure 2. Video institucional 3. Página Web 4. Redes Sociales	La acoesequibilidad a la página web a través buscadores no es buena.	El Brochure es una importante herramienta de marketing y es un excelente medio para promover uno o varios productos o servicios que ofrezca la ONG de manera atractiva.	Exponer a la Fundación como un ente que desarrolla proyectos Conservacionistas, a los que las empresas pueden invertir recursos con un fin responsable ambientalmente.
GOBIERNO	Entes estatales, corporaciones, Alcaldías que quieran apoyar y financiar programas para el beneficio y protección de los Recursos Naturales.	Obtener el financiamiento y apoyo de proyectos científicos y actividades orientadas al logro de un manejo sostenible y conservación de los Recursos naturales.	Visibilización y Apalancamiento	1. Brochure 2. Video Institucional 3. Página Web	x	El video institucional será un gancho para atraer la atención de entes gubernamentales y así poder participar en el desarrollo de programas conservacionistas.	Lograr la atención y el direccionamiento de recursos para los programas conservacionistas de FHGD. A través del recuento de resultados exitosos que ha logrado la FHGD (incorporado en el video Institucional)
UNIVERSIDADES	Estudiantes, docentes y/o semilleros: interesados por la investigación científica enfocada a la preservación de Recursos Naturales	Recibir aportes tecnológicos y de conocimiento para el desarrollo de proyectos de conservación.	Promoción y Participación	1. Redes sociales 2. video institucional 3. Visitas de campos	x	La información a través de redes Sociales es la forma más efectiva para atraer a estudiantes universitarios.	Enterar a docentes y estudiantes de la experiencia y distinción que tiene la Fundación por medio de videos y publicaciones noticiosas en las Redes sociales.
COLEGIOS	Estudiantes de primaria y secundaria de los colegios más cercanos a los proyectos que está ejecutando la FHGD	Concientizar a los estudiantes del cuidado y conservación de los Recursos Naturales	Memorabilidad positiva y concientización	Redes sociales y video institucional	x	Las redes Sociales es el medio más efectivo actualmente para llegarles a los jóvenes, a través de imágenes que toque la sencibilidad de los espectadores.	Lograr por medio del voz a voz de los estudiantes la concientización de la comunidad en general.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Televisión, Prensa, Radio	Divulgación de la acciones de la FHGD	Visibilización y difusión	Boletín de Prensa y Artículos informativos	x	Se han tenido resultados exitosos en todos los proyectos ya ejecutados por la FHGD; por ende existe material para generar noticia y así mismo sea difundida masivamente	Crear noticias atractivas, que sea de interés para que los medios de Comunicación difundan masivamente los resultados que ha obtenido FHGD
CIUDADANOS EN GENERAL	Personas con intereses afines al cuidado y preservación del Medio Ambiente	Divulgación de la acciones de la FHGD	Visibilización y concientización	1. Redes sociales 2. artículos informativos. 3. Página Web	x	x	Reconocimiento a la Fundación como una ONG que promueve la conservación de los Recursos Naturales

3. Brochure Filosofía Institucional



¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, de carácter científico tecnológico, de utilidad común y ajena a intereses políticos, religiosos o raciales; conformada activamente por profesionales en diferentes áreas relacionadas con el manejo de los recursos naturales y la investigación.

Desde su constitución en enero de 1998 hasta la fecha, ha llevado a cabo investigaciones encaminadas a la generación de información básica necesaria para el manejo y conservación de especies silvestres; emprendido y formulado proyectos productivos con participación comunitaria; y actividades académicas encaminadas a la capacitación y fomento de la cultura ecológica, investigación y manejo sostenible de los recursos naturales en nuestra Región. Su base presupuestal es conformada por aportes de sus miembros activos y ejecución de servicios profesionales.



MISIÓN



Participar en el desarrollo Regional por medio del trabajo en pro de la investigación científica de carácter hidrobiológico y en áreas afines a gestión y manejo de recursos naturales.

VISIÓN

La FUNDACIÓN HIDROBIOLÓGICA GEORGE DAHL espera ser reconocida a nivel Nacional e internacional como un ente dedicado a la investigación científica, que financie y apoye proyectos científicos de gran envergadura y actividades orientadas al logro de un manejo sostenible y conservación de los recursos naturales, como alternativa viable y eficaz para el desarrollo social.



FUNCIONES

Realizar investigación básica, aplicada y actividades de proyección socioeconómicas que propendan por el manejo de los recursos naturales en Colombia.

- ✓ Manejo de fauna silvestre bajo la aplicación de las normas del Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT).
- ✓ Desarrollar programas de conservación de especies amenazadas.
- ✓ Fomentar la investigación científica y la concienciación ecológica, a través del desarrollo de actividades académicas y de la publicación científico-tecnológica.
- ✓ Fomentar y diseñar programas de Manejo Sostenible de los Recursos Naturales de la Región.
- ✓ Fomentar el desarrollo productivo y empresarial del sector hidrobiológico del área, buscando lograr su rendimiento máximo sostenible.
- ✓ Desarrollar programas de saneamiento básico y transferencia tecnológica encaminados al manejo, conservación y uso sostenible de los recursos naturales en la región.



www.fhgd.org
Contacto@fhgd.org

PROYECTOS EJECUTADOS

Entidades para las que hemos formulado y ejecutado proyectos de gran envergadura.



UA Universidad del Atlántico

Tenaris

PÍDE NUESTRO BROCHURE DE PROYECTOS EJECUTADOS!



Cra. 43 No. 47-32 Lc 2
 Fax: (5) 3794755
 Tel: (5) 3704765
 NIT: 802 011 229 - 6
 BARRANQUILLA, COLOMBIA

EQUIPO DE TRABAJO

Biologo Marino Edgar A. Patiño Florez
Director General

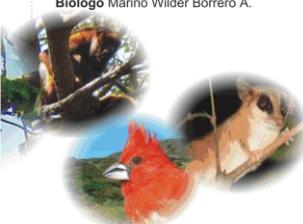
Biologo Marino Martha Luz Guerra Ch.
Director Administrativo

Verena Fuentes B.
Coordinador de Proyectos

Biologo Exp. Mastozoología: Luz Myriam Moreno Bejarano

Biólogo Msc Pablo Cesar Lagares
Biólogo Wilmer Núñez

Biólogo Mara Inés Espinosa H.
Biólogo Msc Jonh Jairo Gómez G.
Biólogo Marino Wilder Borrero A.





FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA -GEORGE DAHL-

www.fhgd.org Contacto@fhgd.org

4. Brochure Proyectos ejecutados

Diversidad de estrategias de conservación para las Arañas (AMFIBIA) del Caribe Colombiano. Convenio Fundación Hidrobiológica George Dahl, COLOMBIAS, Universidad del Rosario, Agosto de 2008.



Monitoreo de Fauna e Hidrobiológico en el Valle del Cerrón. Octubre de 2005 – Junio de 2006. Entidad Constatante: Carbones del Cerrón LCC.



Estado de área base de los espacios Bosques (B) (Marsupial) y Cacaos (Cacaos) en los municipios de Jamundí, Acandía, Tuluá, Pijó y Ubalá (Atlántico), como requisito indispensable para el desarrollo de un Zoológico de visitantes en el municipio de Tuluá con el fin de Crea un local (Atlántico), Agosto, Noviembre 2004. Entidad Constatante: Zoológico de visitantes.



Distribución espacio temporal de los homínidos cazadores (Formicidae, Formicidae) en tres remanentes de bosque seco tropical (B-ST) en el departamento del Atlántico. Agosto de 2003, Febrero de 2004.



Composición y distribución de la comunidad de coleópteros coprófagos (Coleoptera: Scarabaeidae) en remanentes de bosque seco tropical (B-ST) en el departamento del Atlántico. Agosto de 2003, Febrero de 2004.



Descripción de las tallas del género Dichotomis (Coleoptera: Scarabaeidae: Scarabaeinae) en el Cerro La Vieja, Municipio de Pijó, departamento del Atlántico, Agosto de 2003 - Febrero de 2004.

Mirmecofauna de los fragmentos de bosque seco del noroccidente de Barranquilla, Atlántico, Colombia. 2003.

Estructura y diversidad de la vegetación e información sobre la presencia de Trichostema (Hemiptera: Reduviidae) en la zona La Riota, Municipio de Puerto Colombia, Atlántico, Junio de 2003 - Octubre de 2004.

Capacitación en la implementación de técnicas agroecológicas en cultivos de pan coger a una comunidad de pequeños agricultores de la Ciénaga del Uvero, Municipio de Ponedera, Atlántico, Fundación Hidrobiológica George Dahl & Organización Comunitaria. Junio - Diciembre de 2003.

Curso taller: Los Insectos Modelos para la enseñanza y la investigación. Convenio: Fundación Hidrobiológica George Dahl, Fundación Universitaria San Martín, Corporación Autónoma Regional del Atlántico & Universidad del Atlántico. Febrero 18 al 22, 2002.

Caracterización de la comunidad de avispas presentes en fragmentos de Bosque Seco Tropical y zonas con actividad agropecuaria, Hacienda El Cejal, Santa Catalina, Bolívar. Diciembre de 2002 - Agosto de 2004.

Taller: Aspectos conceptuales de la modelación matemática en estadística. Octubre 7 de 1999. Convenio: Fundación Hidrobiológica George Dahl & Universidad del Atlántico.

Implementación de un Modelo Productivo Agroecológico en Isla Cavica, Municipio de Soledad Atlántico. Convenio: Fundación Hidrobiológica George Dahl & Organización Comunitaria. Febrero de 1998-Junio de 2000.

Curso teórico-práctico «Taxonomía y Biología de Peces». Convenio: Fundación Hidrobiológica George Dahl & Universidad Santo Tomás, Universidad del Magdalena. Diciembre 10 - 20 de 1998.

Recuperación del stock pesquero en la Ciénaga del Uvero, Municipio de Ponedera, Departamento del Atlántico. Convenio: Fundación Hidrobiológica George Dahl (Biol. Edgar A. Pájaro J.) & Corporación Autónoma Regional del Atlántico (CORA). Barranquilla, 1998.

¡Un mundo por conocer, un mundo por proteger!




PROYECTOS EJECUTADOS




FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA "GEORGE DAHL"

Servicios Profesionales para realizar Estudio Hidroambiental de la Ciénaga del Sahay y sus afluentes. Municipios de Pijó, Ciénaga, Entidad Constatante: INCIPIA. Noviembre de 2012 - en ejecución.



Salvamento y rescate de fauna silvestre en terrenos de movimientos de tierra. Planta casing seamless. Cartagena, Bolívar. Entidad Constatante: TENARIS Tubo/Caribe. Mayo - junio de 2013.



Convenio de Asociación y Cooperación para implementar acciones del programa de conservación de cormoranes y baticas mediante la vinculación participativa de los actores locales que habitan las áreas de paso forzadas que permiten mitigar las perturbaciones o asustos de conservación, la recuperación de las poblaciones en los sistemas de Ciénaga Sagunto y Michigagua en municipio de Dagua y Bahía Honda, en el municipio de Mompós, Departamento de la Guajira. Entidad Constatante: Corporación COPIPOCA (S.A.S.). 06 de Julio de 2011 - 16 de Abril de 2012.



La FUNDACIÓN HIDROBIOLÓGICA GEORGE DAHL, en procura del mejoramiento continuo en materia de seguridad, salud ocupacional y medio ambiente se compromete a garantizar el bienestar de sus empleados, asociados, contratados y contratistas, y la protección del medio ambiente, destinando los recursos económicos, humanos, físicos, tecnológicos y técnicos a los que haya lugar para prevenir o minimizar la ocurrencia de incidentes, lesiones y enfermedades profesionales, la materialización de daños en la propiedad y el impacto socio-ambiental, en el marco de la legislación colombiana relativa a seguridad, salud ocupacional y medio ambiente aplicable a la investigación biológica y la conservación de especies.



FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA "GEORGE DAHL"

Administración y Manejo del Centro de Rehabilitación de Fauna y soporte en los rescates de fauna silvestre en áreas de avanza de minería según plan minero. Entidad Constatante: Carbones del Cerrón Limitada. 1 de Junio de 2008 - 31 de Mayo de 2012.



Programa de Conservación comunitaria del Caimán agua (Crocodylus acutus) y Tortugas Marinas en Bahía Portete, Alta Guajira. FASES I a V, Junio 2007 a Diciembre de 2011. Entidad Constatante: Carbones del Cerrón Limitada.



FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL MANEJO DE LOS RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS DE LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA "GEORGE DAHL"

Programa de conservación de especies amenazadas: Tortugas marinas a través un acuerdo de conservación con la comunidad Wayú. Entidad Constatante: Corporación Autónoma Regional de La Guajira (CORPOGUAJIRA). Etapas I Formulación. Diciembre de 2009 - Junio de 2010.



Formulación y ejecución del Programa de Conservación del momoyo (Chelonoidis carbonaria) con participación de la comunidad en el comitente de Chomerá municipio de Juan de



5. Página Web Nueva

The image shows a screenshot of the website www.fhgd.org/ on an iPad. The browser address bar shows the URL and a search box. The website has a blue header with a navigation menu: Inicio, Quiénes Somos, Donde Estamos, Proyectos, Eventos, Sala de Prensa, and Contáctenos. The main content area features a large image of a crocodile on its eggs with a blue text box that reads "nacimiento de caimán agüja (Crocodylus acutus)". Below this is a section titled "Inicio" with the heading "Nuestro Objetivo" and the tagline "¡La conservación y uso sostenible de los recursos naturales!". A search bar is located on the right side of this section.

Below the main content, there is a section titled "Sala de Prensa" (Press Room). It features a navigation menu with the same items as the main site. The main content of the press room includes a list of news items on the left, a central article titled "Conservación Comunitaria Una Alternativa Sostenible" dated 8 marzo, 2013, and a calendar for May 2013 on the right. The article includes a photo of a community meeting and a "Twitter" share button. The calendar shows the days of the week (L, M, X, J, V, S, D) and the dates 1 through 19.

7. Campaña de Concientización Día del Árbol



8. Campaña Biodiversidad



9. Campaña preservación, día Internacional de las Aves



10. Redes Sociales

Facebook



Instagram



Twitter



11. Artículos informativos

11.1 FHGD CONTINUA ESTUDIOS HIDROAMBIENTALES EN LA CIÉNAGA DE SAHAYA, CESAR

El Proyecto *Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya y sus afluentes*, que desde hace 4 meses adelanta investigaciones la Fundación Hidrobiológica George Dahl para la empresa INDUPALMA, va por buen camino.

El primer proceso que está llevando a cabo la fundación es la fase de reconocimiento. Donde se están desarrollando estudios de calidad de agua; estudios del comportamiento de la ciénaga en épocas de lluvia, además la captación de carbono de las palmeras...

Determinar que tanta captación de carbono está haciendo las palmeras y demostrar que el cultivo de palma está beneficiando la ciénaga y de cierta manera como está contribuyendo el medio ambiente.

Redacción FHGD.

11.2 CONSERVACIÓN COMUNITARIA UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE

Uno de los objetivos específicos de la Fundación Hidrobiológica George Dahl, que ha encaminado en todos sus proyectos, ha sido integrar a las comunidades en los procesos de conservación mediante convenios que los beneficien en contraprestación con los objetivos de conservación específica o ecosistémica.



Actualmente, la FHGD está desarrollando el Proyecto *Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya y sus afluentes*, para la empresa INDUPALMA, en Pelaya, Cesar. Donde en una de sus fases, se han efectuado talleres y actividades con la población y de esta manera han sido integrados al proyecto, para que sean ellos mismos los que validen los objetivos y los propósitos del plan, como lo indica Wilmer Núñez, Biólogo de la Fundación: “Se trata de que ellos mismos construyan los propósitos del proyecto de conservación con nosotros y se den cuenta de que la ciénaga es una empresa y que ellos la pueden administrar mejor”.

Amenazas y soluciones son determinadas en cada encuentro, tanto con adultos como con niños.

“Un niño es como una esponja, absorbe todo más rápido y si desde ahora se educa con un pensamiento conservacionista, van a ser ellos quienes guíen a sus padres”. Afirmó Núñez.

Puesto que, en los talleres han evidenciado que quieren ver diversidad de especies en su ciénaga que antes estaban y que sus padres veían; pero por el descuido, sobrepesca, quemas, uso de técnicas inadecuadas, se han ido desapareciendo.-

Una de las demostraciones del fortalecimiento de nuestro proceso y apropiación comunitaria; ha sido la planeación y asistencia a la convocatoria de aseo en una de las playas de la ciénaga, el pasado 17 de Febrero por parte de la localidad de San Bernardo (Pelaya) donde participaron alrededor de 40 personas en la iniciativa.

Se espera que siga aumentando la participación de la comunidad en el proceso, para hacer más robustos y duraderos los beneficios de la conservación de las especies con algún grado de amenaza de la Región.

Redacción, FHGD.

11.3 Resultados de la 1era Jornada Comunitaria de limpieza del Caño San Bernardino



La FHGD en la ejecución del proyecto Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya, realizó la primera Jornada comunitaria de limpieza del caño San Bernardino, principal afluente de la Ciénaga; con el acompañamiento de la comunidad del corregimiento de Pueblo Nuevo, Tamalameque.

Cerca de 35 personas asistieron a la convocatoria que realizó la Fundación Hidrobiológica George Dahl con el apoyo de Indupalma. Aproximadamente 400mt del caño San Bernardino fue limpiado en la Jornada de aseo.

Esta iniciativa motivó a la población de Pueblo Nuevo a programar próximas jornadas donde se integre la comunidad en pro del cuidado medioambiental.

Redacción, FHGD.

11.4 La FHGD reporta el primer registro de reproducción de Ave Migratoria en la Guajira



En el 2010 la Fundación Hidrobiológica George Dahl reportó el primer registro de reproducción del Gaviotín menor (*Sternula antillarum*) catalogada como ave migratoria boreal con poblaciones residentes (Mb-res) para el sector de Punta Gallinas, (playa del Faro) Uribía- Alta Guajira.

Aunque a nivel mundial (IUCN 2008) el Gaviotín Menor (*Sternula antillarum*) solo este catalogado como En Preocupación Menor (LC) todas sus razas están catalogadas como vulnerables (Gochfeld & Burger 1996). En las costas de

California y México sus poblaciones están declinando y los esfuerzos de recuperación no son suficientes; por lo que las legislaciones de ambos países (CONABIO 2001b, USFWS 2001), la consideran como especie en peligro de extinción y según Waterbird report, Salvador 2006 la cataloga como En Peligro (EN) para este país, por lo que encontrar un reporte de reproducción en las costas de Punta Gallinas Uribí Alta-Guajira hace prioritario conservar estas playas para contribuir con la recuperación de las poblaciones de esta especie a nivel mundial, debido que Colombia es un destino obligado año tras año de estas aves donde pasan el invierno boreal y ahora se reproducen.

Redacción FHGD.

11.5 Nuevo registro de presencia del Colibrí Cienaguero



El Colibrí Cienaguero (*Lepidopyga lilliae*) fue registrado por la Fundación Hidrobiológica George Dahl en el 2012 en área de manglar del sector de Michiragua en el municipio de Dibulla – Guajira, el cual se encuentra catalogado en Peligro Critico de Extinción (CR). De esta manera se actualizaron los registros de presencia, registrados en los departamentos del Atlántico, Guajira y el Magdalena, donde se ha observado en el interior de bosques de manglar maduro, en la vegetación xerofítica, en los bosques riparios aledaños a estos (Renjifo et al, 2002) y en zonas de cultivos frutales (Fiorenzano Ayala, 2003).

Si bien, esta investigación ayudó a ampliar la información de registros realizados en el interior de los bosques de manglar

11.6 Más logros de La FHGD: Primer Registro del Ostrero *Haematopus Paliatus*



La FHGD realizó en el 2011 el primer registro de Reproducción del Ostrero (*Haematopus palliatus*) en la Playa sector del Muelle de Nika en la Bahía Hondita Uribí-Alta Guajira. Esta ave playera se encuentra con prioridad para su conservación en Colombia.

11.7 FUERON RESCATADOS Y REUBICADOS 234 ANIMALES

La actividad de rescate y reubicación de la fauna silvestre se realizó durante 2 meses (Mayo- Junio) en un área de bosque de aproximadamente 12 hectáreas. Propiedad de la empresa TENARIS-TUBOCARIBE, localizada en jurisdicción de la ciudad de Cartagena de Indias en el departamento de Bolívar.

El desarrollo de proyectos industriales, urbanísticos, de desarrollo vial, de infraestructura, de ganadería y agricultura requiere grandes transformaciones en el medio natural, que inevitablemente terminan en procesos de fragmentación o destrucción de grandes o pequeñas extensiones de bosque con la consecuente pérdida de la biodiversidad que naturalmente albergan.

En años anteriores, este proceso significaba la destrucción y pérdida en su mayoría de las especies que habitaban el ecosistema, pues no se consideraba el incommensurable valor que representa la biodiversidad para la viabilidad de la humanidad.

En la actualidad, todos los procesos de desarrollo que impliquen algún tipo de transformación al medio deben adelantarse bajo un marco de responsabilidad social y ambiental que garanticen la mínima afectación tanto a las comunidades humanas usuarias de la biodiversidad como a la biodiversidad misma.



Bajo estas consideraciones, TENARIS-TUBOCARIBE una empresa productora de tuberías y afines; en el proceso de la ampliación de su planta de producción, solicitó el apoyo de la Fundación Hidrobiológica George Dahl para el rescate y reubicación de las especies que habitaban la zona de extensión, como mecanismo para la conservación

de la biodiversidad local y regional.

En el rescate de los individuos de las diferentes especies de fauna silvestre se emplearon dos técnicas de captura: la captura manual de animales durante el descapote y el empleo de diferentes tipos de trampas.

Durante el proceso, fueron rescatados 234 animales pertenecientes a 4 clases (Mamíferos, Reptiles, Anfibios y Peces) y 26 familias. La biodiversidad estuvo representada por 46 especies, un valor bastante alto, dadas las proporciones del área intervenida.

El grupo con el mayor número de rescates fueron los reptiles con el 60%, seguido de los anfibios (28%), continuando con los mamíferos (12%,) y un pez anguila. La totalidad de animales rescatados fueron entregados a la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (CARDIQUE).

Las especies rescatadas representan el 15,75 % del total de la especies de la región. Esto se debe a que corresponden a elementos característicos de las tierras bajas del Caribe Colombiano y especial del bosque seco.

El total de 11 especies de anfibios, rescatadas en el área intervenida por la empresa TENARIS TUBO CARIBE, corresponde al 33% de las especies registradas para el departamento de Bolívar (Romero-Martínez y Lynch, 2012), lo que demuestra aún más la importancia de los resultados obtenidos en el rescate efectuado.

Redacción FHGD.

12. Boletines Mensuales

Primera Edición: Septiembre



BIONOTAS

Boletín Mensual No 1 - Septiembre 2013 - Barranquilla

Calendario Ambiental

11 Septiembre: Día Mundial de la Biodiversidad
16 Septiembre: Día internacional de la Preservación de la Capa de Ozono
18 Septiembre: Día Mundial de las playas

¿Cómo vamos?

FUERON RESCATADOS Y REUBICADOS 234 ANIMALES EN CARTAGENA
La actividad de rescate y reubicación de la fauna silvestre se realizó durante 2 meses (Mayo- Junio) en un área de bosque de aproximadamente 12 hectáreas. Propiedad de la empresa TENARIS-TUBOCARIBE, localizada en jurisdicción de la ciudad de Cartagena de Indias en el departamento de Bolívar.



¡De interés!

Bogotá, 21 de agosto de 2013: El ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Juan Gabriel Uribe, presentó la nueva estrategia del Plan Nacional de Biodiversidad, con el cual el país busca poner en práctica su Política para la Gestión Integral de la Biodiversidad y los Servicios Ecosistémicos (PNGIBSE), y genera los mecanismos para proteger sus recursos biológicos.

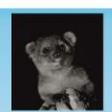


Hallazgos Científicos importantes

A propósito de la matanza en Taiji Japón que inicia en Septiembre y termina en Abril...



Encuentran más evidencias de que los delfines se llaman por su nombre.



Se oficializa la nueva especie carnívora (Olinguito) descubierta en Colombia.



Un nuevo tipo de concreto que podría reducir la polución en un 45%.



Una nueva vacuna contra la Malaria parece 100% efectiva.



Un género de plantas (*Aristolochia* genus) usado en medicina alternativa parece ser altamente cancerígeno.



Agencia Europea revela nueva evidencia de que Hubo agua en MARTE.

Actualmente la Fundación Hidrobiológica George Dahl ejecuta el proyecto Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya y afluentes en el Municipio de Pelaya, Cesar.

Cra 43 No 47- 32
Local 2
Teléfono: 3704765
Contacto@fhgd.org
Barranquilla, Atlántico





BIONOTAS

Boletín Mensual No 2 - Octubre 2013 - Barranquilla

Calendario Ambiental

1 de Octubre: Día del Mar y la Riqueza pesquera
5 de Octubre: Día Nacional de las Aves
6 de Octubre: Día Panamericano del Agua
7 de Octubre: Día Mundial del Hábitat
12 de Octubre: Día de la Raza y del Árbol

Especial de Aves

La FHGD reporta el primer registro de reproducción de Ave Migratoria en la Guajira

En el 2010 la Fundación Hidrobiológica George Dahl reportó el primer registro de reproducción del Gaviotín menor (*Sternula antillarum*) catalogada como ave migratoria boreal con poblaciones residentes (**Mb-res**) para el sector de Punta Gallinas, (playa del Faro) Uribia-Alta Guajira.



Aunque a nivel mundial (IUCN 2008) el Gaviotín Menor (*Sternula antillarum*) solo este catalogado como En Preocupación Menor (**LC**) todas sus razas están catalogadas como vulnerables (Gochfeld & Burger 1996). En las costas de California y México sus poblaciones están declinando y los esfuerzos de recuperación no son suficientes; por lo que las legislaciones de ambos países (CONABIO 2001b, USFWS 2001), la consideran como especie en peligro de extinción y según Waterbird report, Salvador 2006 la cataloga como En Peligro (EN) para este país, por lo que encontrar un reporte de reproducción en las costas de Punta Gallinas Uribia Alta-Guajira hace prioritario conservar estas playas para contribuir con la recuperación de las poblaciones de esta especie a nivel mundial, debido que Colombia es un destino obligado año tras año de estas aves donde pasan el invierno boreal y ahora se reproducen.



¡De interés!

Nuevo registro de presencia del Colibrí Cienaguero



El Colibrí Cienaguero (*Lepidopygia lilliae*) fue registrado por la Fundación Hidrobiológica George Dahl en el 2012 en área de manglar del sector de Michiragua en el municipio de Dibulla – Guajira, el cual se encuentra catalogado en Peligro Crítico de Extinción (CR). De esta manera se actualizaron los registros de presencia, registrados en los departamentos del Atlántico, Guajira y el Magdalena, donde se ha observado en el interior de bosques de manglar maduro, en la vegetación xerofítica, en los bosques riparios aledaños a estos (Renjifo *et al.*, 2002) y en zonas de cultivos frutales (Fiorenzano Ayala, 2003).

Si bien, esta investigación ayudó a ampliar la información de registros realizados en el interior de los bosques de manglar maduro, y corroboró hasta qué punto la especie es dependiente de este hábitat (Parra M. Agudelo, 2002); aún se desconoce el tamaño actual de sus poblaciones, las cuales se cree han declinado desde mediados de los 70's debido a la destrucción de su hábitat (Renjifo *et al.* 2002).

En la actualidad, esta especie se encuentra catalogada en Peligro Crítico (**CR**) para Colombia (MAVDI, 2010; Renjifo *et al.*, 2002) y a nivel internacional (IUCN, 2012; BIRDLIFE Internacional, 2012), debido a que ha perdido más del 40% de su hábitat. En la actualidad su extensión de presencia es de 13.360 Km², la extensión de su hábitat potencial es de 1.170 Km², su hábitat es discontinuo y esta degradado casi en todas las localidades, por lo que se considera vulnerable debido a la reducción de su extensión de presencia y la fragmentación de su hábitat y la reducción progresiva del mismo. En los últimos años hay muy pocos registros poblacionales y se estima que la población actual es muy pequeña. Esta combinación de factores lleva a la clasificación como en peligro crítico de extinción (**CR**).

Eventos




Ave Extinta en Colombia

Cucarachero paisa, en la lista de nuevas especies

Ornitólogos colombianos descubrieron una nueva especie de pájaro para la ciencia. Se trata de *Thryophilus sernai*, un animal insectívoro que había pasado inadvertido y está restringido a una pequeña región del occidente de Antioquia. Los investigadores advierten que está en riesgo de extinción.



Nombre vulgar: Zampullín colombiano
Nombre científico: *Podiceps andinus*

Estado: extinto, causas: drenaje de humedales; contaminación por plaguicidas; la depredación por parte de la trucha arco iris (*Salmo gairdneri*) introducida en los habitats de esta ave. Fue vista por última vez en 1977.
Fuente: www.iucnredlist.org

unperiodico.unal.edu.co

Más logros de La FHGD...



La FHGD realizó en el 2011 el primer registro de Reproducción del Ostrero (*Haematopus palliatus*) en la Playa sector del Muelle de Nika en la Bahía Hondita Uribia-Alta Guajira. Esta ave playera se encuentra con prioridad para su conservación en Colombia.

El colibrí abejero el ave más pequeña del mundo

Con un peso de tan solo 1,6 gramos puede batir sus alas hasta 4.800 veces por minuto. Los colibríes son las únicas aves capaces de rotar sus alas 180°, lo cual les confiere gran versatilidad en vuelo, desde estacionario hasta el vuelo hacia atrás.



Colombia Potencia Mundial en Aves



Tenemos el récord de 1.898 especies contabilizadas. Por detrás de Colombia se ubican, Perú, con 1.834 especies, y Brasil, con 1.785, este último país con un territorio siete veces más grande que el nuestro.

Ver más Noticias en www.fhgd.org

Cra 43 No 47-32
 Local 2
 Teléfono: 3704765
 Contacto: fhgd.org
 Barranquilla, Atlántico



BOLETÍN INFORMATIVO

Ciénaga de Sahaya

Edición Nº 2- Octubre 21 de 2013

Ciénaga de Sahaya: Fuente de riqueza sostenible

Indupalma, a través de la Fundación Hidrobiológica George Dahl, realizó el Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya para establecer las características hidrodinámicas del humedal, siendo este el primer paso dentro de un largo proceso que se encamina a la recuperación y conservación de esta reserva natural.

La investigación que tiene como propósito dar a conocer de primera mano la factibilidad de las operaciones de la plantación en la zona, sin que ésta afecte el recurso hídrico y los ecosistemas allí presentes, es una muestra del profundo compromiso de Indupalma por la conservación ambiental y el desarrollo social en las áreas de influencia de la Empresa.

Esta región es estratégica para el sostenimiento de la biodiversidad del Caribe colombiano, para ello, el análisis servirá como documento soporte en la iniciativa de Indupalma y en las de las entidades estatales ante futuras intervenciones en la región.

Es importante recordar, que en esta zona, Indupalma desarrolla un proyecto de cultivo de palma de aceite denominado La Loma con 1.560 hectáreas, en predios de la finca Santa Ana, en el corregimiento de Costilla, Pelaya.



Pozos artesanales: determinantes en la red de alimentación

En los lugares donde el agua se obtiene de fuentes de abastecimiento desprotegidas, tales como pozos, manantiales, ríos, arroyos y ciénagas, existe la posibilidad de que en ella se deposite basura, o residuos contaminantes que afecten su saneamiento básico.

Por esto, con el fin de garantizar la calidad del almacenamiento de agua en las poblaciones aledañas a la ciénaga, se desarrolló un largo proceso de revisión y análisis de 226 pozos artesanales de 30 metros de profundidad. Así se pudo determinar que los pozos cumplen con las normas básicas para prestar el servicio de almacenamiento de agua para los asentamientos, disminuyendo así, el riesgo a enfermedades.



Sistemas palmoides; fuente de oxígeno

El calentamiento global es un término utilizado para referirse al fenómeno de aumento de la temperatura media global de la atmósfera terrestre y de los océanos.

En la actualidad, este es uno de los temas de mayor discusión a nivel mundial dada su repercusión. Es por esto, que conscientes de la necesidad de generar escenarios que mengüen el impacto del calentamiento a través de la generación de oxígeno, el equipo de investigadores de la Fundación Hidrobiológica George Dahl llevó a cabo muestras en árboles y palmas presentes en los ecosistemas de la ciénaga del Sahaya, con el propósito de medir las reservas de carbono que estos logran capturar, pues su presencia en la zona además de ser una fuente de oxígeno, contribuye a la conservación de los ecosistemas.



La calidad del agua, fundamental en el desarrollo de proyectos

Tras un análisis minucioso de la calidad y cantidad del agua en la ciénaga y con el propósito de generar un modelo que permita hacer estimaciones en época de lluvia y de sequía, se determinó que la calidad del agua no representa riesgo para el sostenimiento de la biodiversidad ni para el sostenimiento de los cultivos en el área.



Estrechamos lazos con nuestra comunidad

El Proyecto La Loma, como todos los proyectos de Indupalma cuenta con un profundo compromiso frente al tema ambiental y social, por ello, como parte de la investigación, se llevó a cabo un plan de formación de líderes responsables con el medio ambiente.

En esta formación, se adelantaron espacios de socialización los cuales tenían como propósito generar un proceso de sensibilización para el cuidado de la fauna y de la flora y la apropiación del humedal como una fuente de vida que se debe preservar.

Tenemos plena confianza en que el proyecto palmero es el escenario idóneo para el desarrollo de las comunidades, pues es una fuente generadora de riqueza y oportunidades de crecimiento en la población, así mismo, es un espaldarazo a las iniciativas orientadas a la preservación y sostenibilidad de los ecosistemas.



Usted está en Indupalma

Durante 4 meses se realizó la referenciación y señalización de los predios contiguos a la ciénaga, los cuales son parte del proyecto palmero de Indupalma.





BIONOTAS

Boletín Mensual No 3 - Diciembre 2013 - Barranquilla

Calendario Ambiental

- 3 de Diciembre: Día Mundial del No Uso de Plaguicidas
- 5 de Diciembre: Día Nacional de los Arrecifes de Coral
- 7 de Diciembre: Día de la Luz
- 11 de Diciembre: Día de las Montañas
- 17 de Diciembre: Día latinoamericano del Ambientalista
- 29 de Diciembre: Día Nacional de la Diversidad Biológica

¿Cómo vamos?

FHGD inicia Rondas de Concertación para el Ordenamiento Pesquero en el Cesar.



Para la FHGD es grato anunciar que dentro del marco del proyecto ESTUDIO HIDROAMBIENTAL DE LA CIENAGA DE SAHAYA en los municipios de Pelaya y Tamalameque, Cesar, se dio inicio a las rondas de concertación del programa de ordenamiento pesquero el cual está orientado a lograr la autorregulación de la práctica pesquera en este importante humedal, proceso que se espera culminar en el mes de Febrero de 2014, después de un año de trabajo continuo con las comunidades de los corregimiento de San Bernardo y Costilla del municipio de Pelaya y el corregimiento de Pueblo Nuevo del municipio de Tamalameque.

Este proyecto es financiado en su totalidad por INDUPALMA LTDA y hace parte de sus programas de fortalecimiento comunitario y de gestión ambiental en el área de influencia del proyecto palmífero La Loma.

¡Para recordar en esta navidad!

La FHGD logra el Primer Acuerdo de Conservación de Tortugas Marinas con Comunidades Indígenas en el Mundo

En el mes de Octubre de 2011 la Fundación Hidrobiológica George Dahl junto con el Cerrejón y el acompañamiento de Fondo para la Acción Ambiental y Niñez; Conservación Internacional y Corpogujaira firmaron el primer acuerdo de Conservación para la Protección de las poblaciones de Tortugas Marinas en los Sectores de Bahía Hondita y Punta Gallinas en la Alta Guajira colombiana.



Ver acuerdo de Conservación en:
www.fhgd.org/acuerdodeconservacionguajira

¡De interés!

Descubren un hongo en el Amazonas que come plástico

La riqueza natural de esta zona no deja de sorprendernos, en esta ocasión nos presenta con un hongo que degrada y consume poliuretano.

El poliuretano es uno de los productos sintéticos más contaminantes en el mundo, una vez que se ha producido este material, es imposible biodegradarlo. Este plástico se emplea en todos los aspectos de la vida cotidiana, desde mangueras hasta asientos para autobuses. La principal ventaja de este material, naturalmente, es que es barato, sin embargo su costo ambiental es altísimo. Al menos eso se creía antes de descubrir al maravilloso *Pestalotiopsis microspora*.

El descubrimiento del "hongo come plástico" fue el fruto inesperado de una expedición de la Universidad de Yale al Amazonas. Al internarse en la jungla ecuatoriana, el grupo de estudiantes se dedicó a buscar plantas y a cultivar los microorganismos de las mismas. Uno de estos, el *Pestalotiopsis microspora*, es capaz de consumir plástico, pero lo más sorprendente es que el hongo puede sobrevivir una dieta de plástico en un ambiente sin oxígeno, el tipo de condición que se da en el fondo de los vertederos.

Los estudiantes Pria Anand y Jonathan Russel lograron aislar las enzimas que permitieron a la planta degradar plástico para consumirlo, sus resultados junto con el registro del extraño y maravilloso comportamiento del hongo fueron publicados en *Applied and Environmental Microbiology*. Este prometedor hongo podría ser el primer paso para contrarrestar algunos de los daños que hemos hecho al planeta.

Ver más Noticias en
www.fhgd.org



Cra 43 No 47- 32
Local 2
Teléfono: 3704785
Contacto@fhgd.org
Barranquilla, Atlántico

13. Registros fotográficos: Turismo de Naturaleza



14. Campaña Jornada de limpieza Caño San Bernardino



FHGD - Fundación Hidrobiológica George DAHL · A 68 les gusta esto · 17 de Marzo a la(s) 11:22 · 🌐

La FHGD en la ejecución del proyecto Estudio Hidroambiental de la Ciénaga de Sahaya, realizó la primera Jornada comunitaria de limpieza del caño San Bernardino, principal afluente de la Ciénaga. Con el acompañamiento de la comunidad del corregimiento de Pueblo Nuevo, Tamalameque.



Me gusta · Comentar · Compartir 1

A Yeisy Paola Fandiño Crespo y Wilmer Nuñez Santamaria les gusta esto.

Jorge Eleicer Pacheco Sandoval lo felicitó mi llave · 20 de Marzo a la(s) 18:11 · Me gusta

Jorge Eleicer Pacheco Sandoval buena campaña

