Reporte de campaña



AGOSTO 2026



Resumen de Campaña

Este reporte presenta los principales resultados de la **campaña regional** sobre **Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN)**, desarrollada junto a las ciudades participantes de la Red. Incluye información sobre su implementación, participación de las ciudades, materiales producidos, alcances y principales aprendizajes.

Periodo de Ejecución

La campaña concentró su producción y ejecución en un bloque temporal que buscó articular impacto y tiempo de gestión. Inició con el lanzamiento oficial el 30 de junio y cerró su ciclo principal de publicación y medición de métricas durante la tercera semana de agosto.

Estrategia de Implementación

El despliegue se estructuró bajo un modelo de embudo de dos fases para garantizar tanto la escala regional como la relevancia local:

Fase 1 (Lanzamiento unificado)

Un bloque de comunicación simultáneo para generar masa crítica y visibilizar a la red en su conjunto.

Fase 2 (Territorialización y Gestión)

Adaptación de la campaña a las realidades y acciones concretas de cada ciudad.

En lugar de pedirle a cada municipio que pensara cómo comunicar el proyecto desde cero, la coordinación central hizo todo el trabajo de producción. A cada equipo local se le entregó un "paquete cerrado" que ya incluía:

- Las piezas gráficas y/o audiovisuales terminadas y listas para descargar.
- Los textos (copys) redactados para acompañar cada imagen.
- Una guía o calendario claro indicando qué publicar y en qué momento.

Materiales y Formatos

El ecosistema de la campaña priorizó la **retención de audiencia** y la **educación ciudadana**.

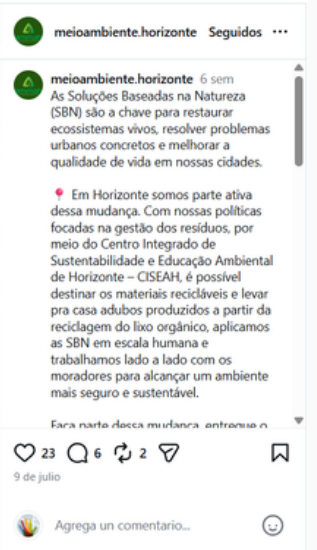
Para ello, el activo principal fueron los **carruseles** gráficos, un formato probado para maximizar el tiempo de lectura y el algoritmo en plataformas como Instagram.

Se utilizaron kits estandarizados para la apertura y se desarrollaron más de **30 piezas gráficas de diseño exclusivo**, integrando el registro fotográfico provisto por las ciudades con un enfoque orientado a la resolución de problemáticas locales.

Idiomas

Con el objetivo de garantizar una penetración cultural efectiva y **respetar la identidad de los territorios involucrados**, la totalidad de la campaña, los lineamientos estratégicos y las piezas finales de publicación fueron producidas y adaptadas de manera bilingüe en **español y portugués**, asegurando la conexión en todos los países participantes.



















Participación e Indicadores operativos

22 CIUDADES PARTICIPANTES DE LA RED

19 REUNIONES PERSONALIZADAS DE ACOMPAÑAMIENTO

34 CARRUSELES DE GESTIÓN PRODUCIDOS

77%

Tasa de Adhesión al Lanzamiento

55%

Tasa de Publicación de Gestión

66.878 **Alcance regional total**

5 países

Principales aprendizajes

Validación de la temática:

Alcanzar a más de 66.000 ciudadanos a través de una articulación internacional demuestra que la temática climática tiene una alta demanda de interés.

Rol de los gobiernos locales:

El éxito radica en que el mensaje no provino de una entidad abstracta, sino de los propios gobiernos locales, lo que otorgó legitimidad y territorialidad a la acción.

Se validó un proceso de trabajo que, capitalizando las oportunidades de optimización detectadas en esta edición, permite sumar ciudades en el futuro, logrando un alcance regional y un impacto institucional aún mayor.



Soluciones desde la naturaleza, transformación desde nuestras ciudades

La experiencia de esta campaña nos deja **aprendizajes** que trascienden sus resultados y nos invitan a **seguir construyendo** nuevos caminos.

Comunicar las **Soluciones basadas en la Naturaleza** también es una forma de hacerlas visibles, acercarlas a las personas y mostrar cómo pequeñas acciones pueden **transformar nuestros territorios**.

El trabajo conjunto, los materiales compartidos y el acompañamiento fueron claves para construir una **comunicación común**, adaptada a cada ciudad y unida por un mismo **propósito**.

Lo recorrido nos deja una base para seguir aprendiendo y fortaleciendo futuras campañas que nos ayuden a construir **ciudades más vivas, más verdes y más sostenibles**.



SUA CIDADE
+ viva + verde
deixa sua marca positiva

TU CIUDAD
+ viva + verde
Sumá tu huella positiva

ASOCIACIÓN
INTERNACIONAL DE
Ciudades Educadoras
Delegación para América Latina