

LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN SOCIAL Y REPUTACIONAL -CONSULTOR-

Tabla de contenido

1	Introducción	1
2	Alcance	2
3	Obligaciones del profesional social	2
4	Notas generales.....	3
5	Descripción de los lineamientos para la gestión social	4
5.1.	Componente REVISIÓN DOCUMENTAL	4
5.2.	Componente LECTURA TERRITORIAL	4
5.3.	Componente COMUNICACIÓN DIVULGACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO SOCIAL	6
5.4.	Componente EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO	10
6	Normatividad.....	11

1 Introducción

El propósito de implementar gestión social y reputacional durante la realización del proyecto está encaminada hacia el fortalecimiento de tejido social alrededor del mismo asistido técnicamente por Findeter directamente o a través del patrimonio autónomo constituido para tal efecto.

Los lineamientos de gestión social acopian un conjunto de actividades interinstitucionales y comunitarias que definen las estrategias de acción para crear las condiciones que permitan fortalecer el tejido social; la interrelación de la población con las administraciones locales y regionales dentro de un contexto de creación participativa, empoderamiento y sostenibilidad; y la oportunidad de potenciar los beneficios y minimizar los impactos negativos esperados con ocasión del proyecto.

Para esta gestión social se contemplan los siguientes componentes:

1. Componente de revisión documental
2. Componente lectura territorial
3. Componente comunicación, divulgación y acompañamiento social
4. Componente seguimiento y evaluación

Por lo anterior la gestión social y reputacional enmarca una serie de actividades y procesos que velan por la conservación de las comunidades desde los puntos de vista social, económico, cultural y ambiental, esto enmarcado dentro de las políticas claras de sostenibilidad empresarial que ha determinado Findeter y que forma parte integral de su sentido misional y visión.

2 Alcance

Los presentes *lineamientos para la gestión social y reputacional* (PGSR) aplican para la estructuración, contratación, implementación y posterior supervisión de los proyectos que FINDETER implemente en el marco de la asistencia técnica que brinda a sus clientes, Findeter directamente o a través del patrimonio autónomo que se constituya para el efecto.

Lo anterior en correlación y afinidad con la normatividad nacional de participación ciudadana dirigida tanto a comunidades étnicas como no étnicas; así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y demás directrices y lineamientos sociales y ambientales de organismos internacionales adoptados o ratificados por Colombia.

La comprensión de la gestión social y reputacional para el proyecto va más allá del ejercicio de información a la ciudadanía o a los actores de las zonas de intervención. Su alcance comprende la generación de confianza con las comunidades a través del diálogo y la participación activa; mantener relaciones que contribuyan al desarrollo de la naturaleza del proyecto; propiciar la adaptabilidad a los cambios y posibles afectaciones por el desarrollo e implementación; promover la apropiación y sostenibilidad.

De igual manera el PGSR establece de manera general las rutas y consideraciones para la prevención y atención oportuna y efectiva de las situaciones emergentes, ya sean imprevistas o identificadas previamente como riesgos, que puedan ocurrir durante cualquier momento del proyecto.

En todo momento la gestión social debe reconocer las características culturales y sociales, lingüísticas, y las cosmovisiones propias de las comunidades, de manera que el proyecto sea socioculturalmente responsable, toda vez que este es un factor indispensable para el avance y la terminación a satisfacción del mismo.

En este sentido, la apropiación de las poblaciones beneficiadas directas e indirectas, así como las impactadas, debe ser un principio en la estructuración de las metodologías y actividades a implementar, de manera que se logre comprometer a la comunidad como dinamizadores y cuidadores de los proyectos.

3 Obligaciones del profesional social

El profesional social del consultor deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

- 1) Elaborar el plan de gestión social y reputacional de acuerdo con los lineamientos del presente documento.
- 2) Garantizar el desarrollo del proyecto y del plan de gestión social con todos sus componentes y productos de manera virtual y/o presencial, dando cumplimiento al distanciamiento social siempre y cuando se tengan condiciones de emergencia sanitaria COVID-19 decretada por el Gobierno Nacional.
- 3) Dirigir e implementar cada componente y sus respectivos productos con la comunidad del área de influencia directa, e indirecta cuando sea necesario.
- 4) Definir la metodología para cada producto y presentarla para aprobación y validación de Findeter.
- 5) Elaborar el cronograma de actividades (generales, mensuales y semanales), el cuál debe presentarse según la programación técnica, para la implementación del PGSR, reportar su cumplimiento y novedades a Findeter.
- 6) Asistir y participar en cada una de las actividades sociales contempladas en el Plan de Gestión Social y Reputacional.

- 7) Mantener canales de comunicación constantes con Findeter, con el fin de informar el cumplimiento del plan de gestión social y reputacional y las novedades en el programa o proyecto.
- 8) Establecer mecanismos de alerta temprana sobre novedades y conflictividades generadas en y por el programa o proyecto, así como informar de las mismas a Findeter y/o al Patrimonio Autónomo.
- 9) Atender y cumplir todas las solicitudes y requerimientos que se realicen encaminadas a fortalecer el proceso de acompañamiento social que requiera el proyecto.
- 10) Presupuestar y disponer de los recursos necesarios para la realización de las actividades sociales que se deriven dentro del proceso de acompañamiento comunitario.
- 11) Asegurar el cumplimiento de las siguientes obligaciones de contratación del personal del proyecto:
 - I. El personal calificado del proyecto vinculado deberá corresponder como mínimo a un cincuenta por ciento (50%) de mujeres.
 - II. En concordancia con lo establecido en la ley 1780 de 2016 a través de este proyecto se deberá promover el primer empleo. Para este proceso de selección, el Consultor debe vincular al menos un profesional calificado (ejemplo: Ingeniero Auxiliar) teniendo en cuenta las siguientes condiciones: la promoción, recepción de hojas de vida, la selección y contratación estará a cargo del Consultor, quien deberá propender por mano de obra calificada cuya elección deberá realizarse mediante un proceso de selección de personal que aplique el Consultor, garantizando una escogencia objetiva, idónea y transparente donde el promedio académico juegue el papel preponderante. Las condiciones que el profesional debe acreditar son las siguientes:
 - Profesional, con nacionalidad colombiana, que se encuentre entre los 18 y los 28 años de edad.
 - El profesional ofertado para el primer empleo no debe registrar afiliación ni cotización como trabajador dependiente o independiente al Sistema Integral de Seguridad Social de manera posterior a la fecha de graduación como profesional

Nota: Dichas condiciones serán verificadas por Findeter y en los casos en los que el Consultor demuestre la imposibilidad de cumplimiento de esta condición por circunstancias que afecten la ejecución del contrato, se deberá evaluar dicha situación y autorizar el ajuste en el porcentaje.

4 Notas generales

Para la implementación de los presentes lineamientos de gestión social y reputacional, el consultor debe tener en cuenta las siguientes generalidades:

- 1)** Una vez celebrado y perfeccionado el contrato, se debe hacer una reunión entre los equipos sociales de Findeter y el consultor, con el objeto de establecer los alcances de cada uno de los componentes del plan de gestión social y reputacional a implementar, de acuerdo a la naturaleza y alcance del proyecto; esta reunión debe quedar consignada en acta.
- 2)** Es indispensable que durante la definición del plan de trabajo y las metodologías se identifiquen los puntos de contacto entre la estructuración técnica y social; de manera que los productos correspondientes a las actividades comunitarias puedan retroalimentar la formulación del Plan Maestro de Movilidad y también la estructuración integral del Sistema Estratégico de Transporte Público.
- 3)** Para el desarrollo del componente de comunicación, divulgación y acompañamiento social, el consultor o consultor del programa o proyecto deberá ceñirse a las directrices de la Gerencia

de Comunicaciones de Findeter.

4) En el caso de que se presenten situaciones de suspensión en el proyecto se debe informar a la comunidad, a través de los líderes y el comité de sostenibilidad.

5 Descripción de los lineamientos para la gestión social

5.1. Componente REVISIÓN DOCUMENTAL

El conocimiento y la revisión documental de todos aquellos archivos de orden público y privado correspondientes a las áreas de interés del proyecto son la base de información con la cual se pueden desarrollar los procesos de gestión social. Así mismo la investigación de casos de estudio similares serán una herramienta para la implementación de metodologías de gestión social.

Producto:

- Revisión y recopilación de información:
 - 1) A nivel nacional (departamental y/o municipal) e internacional, realizar una revisión de antecedentes sobre la articulación de procesos de participación ciudadana en sistemas de movilidad y transporte público, ya sea a nivel de estructuración o implementación.
 - 2) Lecciones aprendidas y buenas prácticas en términos de gestión social en la implementación de iniciativas de movilidad y transporte público.
- Revisión de casos de estudio:
 - 1) Programas de acompañamiento social y/o reputacional a nivel nacional e internacional en la implementación de planes de movilidad y sistemas de transporte público.

5.2. Componente LECTURA TERRITORIAL

El conocimiento contextual del territorio y de las comunidades que se encuentran en las áreas de influencia del proyecto es el primer paso en la identificación y el conocimiento de los actores y las variables de interés para la gestión social.

Este primer acercamiento en campo se debe concentrar en la captura de las apreciaciones, los puntos de vista y las opiniones de la comunidad; así como constituirse una fuente de validación y verificación de información, y propiciar relaciones de confianza.

- **Identificación del área de influencia.** Reconocimiento del territorio que representa el área de influencia directa e indirecta del proyecto. Incluye los sitios que son de importancia histórica, política, económica y cultural para la comunidad, así como la ubicación de la población.

Producto:

- Cartografía social¹ en donde se evidencie el área de influencia directa e indirecta, así como los grupos poblacionales beneficiados y/o impactados por el proyecto. Incluir crecimiento urbano y poblacional, así como las áreas vulnerables a eventos relacionados con cambio climático.
- **Caracterización de la población.** Para la gestión social del proyecto es indispensable la identificación de las partes interesadas, siendo estos individuos, grupos o instituciones

¹ El levantamiento de esta información debe recoger datos primarios y secundarios, por lo cual es indispensable realizar acercamientos al territorio. La documentación de este producto tiene que estar soportada por su metodología, registro audiovisual e informe.

que se ven impactados y/o que influyen. Es posible que haya actores impactados positivamente al ser beneficiarios y negativamente por ser afectados adversamente; de igual manera la influencia puede ser positiva cuando se favorece el programa proyecto o negativa al oponerse al mismo.

El reconocimiento y análisis de la población se debe dirigir a conocer a la comunidad identificando las categorías de las partes interesadas, y determinando los actores claves con los cuáles relacionarse.

Dentro de las categorías que se pueden encontrar están: las personas y grupos afectados negativa y positivamente; personas y grupos que influyen en el desarrollo del proyecto positiva y negativamente; trabajadores del proyecto y sus representantes; representantes de las instituciones y organizaciones territoriales a nivel local-regional-nacional; instituciones académicas e investigativas.

Producto:

- Fichas de caracterización social en las que se identifiquen y documenten los distintos grupos poblacionales étnicos y no étnicos de las partes interesadas² en el proyecto. Se debe incluir en relación con el proyecto:
 - o Aspectos sociales y factores culturales
 - o Ubicación geográfica
 - o Capacidad organizacional en relación a la movilidad y el transporte
 - o Nivel de vulnerabilidad o exclusión social
 - o Tipología de usuarios de transporte público
 - o Demanda del servicio de transporte público diferenciando las áreas rurales de las urbanas
- Encuesta de percepción de transporte y movilidad con enfoque de gestión social.
- Relatorías comunitarias en formato video, audio, entrevista, escritos o el que se considere de acuerdo con las condiciones sociales de la comunidad, donde se evidencie las percepciones de los actores sociales en cuanto al desarrollo y la gestión social realizada durante la ejecución del proyecto².
- Directorio de actores³ institucionales y comunitarios.
- Mapa de calor y/o matriz binominal, donde se debe incluir la relación y el análisis cualitativa de los actores con respecto al proyecto, indicando nivel de poder y nivel de interés, derivado de la información recolectada en el producto anterior.

Formato:

- Directorio de actores

² Las relatorías se deberán entregar al inicio del proyecto donde se mide la expectativa de la comunidad, en el 50% de avance donde se registren las percepciones en cuanto al impacto del proyecto en la zona, y al finalizar para evidenciar la percepción social frente a la ejecución integral.

³ Es importante revisar la sistematización de esta información con la desagregación de datos por género y edad.

- **Matriz de impactos potenciales.** La identificación de las probables oportunidades y riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos que puede ocasionar el proyecto permitirá definir los beneficios e impactos tanto positivos como negativos, y cómo estos mismos incidirían a la comunidad.

Para ello es importante la identificación de conflictividades que puedan afectar el desarrollo, la apropiación y sostenibilidad del proyecto.

Producto:

- Matriz de impactos potenciales que se pueden presentar durante una etapa de ejecución. Debe incluir los controles de gestión, prevención y/o mitigación. Es importante tener en cuenta el impacto en relación a beneficiarios y afectados negativamente, en relación a variables de tiempos de viaje, cambios modales, accesibilidad laboral, seguridad y accidentalidad, entre otros.

5.3. Componente COMUNICACIÓN DIVULGACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO SOCIAL **Comunicación participativa y divulgación comunitaria**

La relevancia que tiene el reconocimiento sociocultural y la cosmovisión de la población es el punto de partida para implementar el diálogo y la escucha activa para poder establecer una estrategia de comunicación multidireccional.

Como parte de los aportes de esta estrategia está la instalación de los canales efectivos de comunicación entre el consultor, la comunidad y demás actores relacionados con el desarrollo y ejecución del proyecto, de manera que haya un relacionamiento fluido y a través del cual se generen espacios de concertación y resolución de inquietudes o situaciones emergentes. La transparencia y accesibilidad a los datos del proyecto, así como el diálogo activan una comunicación multidireccional.

Adicional a lo anterior, el diálogo e intercambio de saberes, resultado del conocimiento del entorno comunitario, permite entablar relaciones de confianza que faciliten la ejecución del proyecto y la construcción de tejido social a partir de la historia y las expectativas de las personas del área de influencia. La puesta en marcha de acciones e iniciativas que promuevan a las comunidades beneficiadas por el proyecto, requiere de la identificación de contextos sobre los cuales promover el respeto y la protección de aspectos que, aunque parezcan aislados al desarrollo son parte integral de los procesos de apropiación y sostenibilidad del mismo.

El nivel de comunicación al que se pretende llegar a través del proyecto es al compromiso, donde los actores clave y la base comunitaria son co-responsables de las acciones implementadas durante el desarrollo e implementación del proyecto, de manera que se aseguren la apropiación y sostenibilidad del mismo.

- **Estrategia de comunicación.** Generar una comunicación flexible y adaptable a todos los temas relevantes de una sociedad se logra empoderando a las comunidades para que se apropien de su entorno y de todos aquellos proyectos que suceden en su área de influencia. Esta apropiación será el punto de partida para fortalecer el tejido social, de manera que se cree una plataforma de comunicación visionaria, positiva e incluyente donde la comunidad pueda expresarse y sentirse parte del cambio, desde que el momento en que el proyecto se diseñan hasta que se hacen realidad y entran en funcionamiento.

Esta estrategia debe incluir dos enfoques básicos: un primer momento en el cual los mensajes que se comunican estén en tono positivo y constructivo desde la necesidad y

expectativa social; y luego un segundo momento donde todas las actividades comunitarias y la divulgación de información evidencien el beneficio y la sostenibilidad del proyecto.

Para materializar lo anterior es importante que la estrategia sea construida socialmente y que asegure los siguientes productos clave en la comunicación participativa y la divulgación comunitaria:

- 1) Instalación y funcionamiento del PAC.** El Punto de Atención a la Comunidad (PAC) es un servicio presencial y/o virtual que le facilita a la comunidad acercarse y obtener información sobre el proyecto.

De acuerdo a la naturaleza y objeto del proyecto, el PAC puede establecerse de manera fija y presencial o virtual, debe tener claro datos de contacto y horario de atención.

Producto:

- Definición modalidad de PAC con su correspondiente buzón de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias PQRS.

En todo momento debe estar disponible al público el cronograma de actividades, buzón y formatos de PQRS, listados de asistencia, actas de reuniones, entre otros. Semanalmente se debe registrar el reporte de las PQRS presentadas. Cuando el PQRS sea competencia del Consultor, éste deberá darle trámite y solución en los cinco (5) días siguientes; en caso de ser necesario realizar visitas de inspección o trámites con otras entidades se tendrán diez (10) adicionales. Cuando se interpongan derechos de petición, los tiempos de respuesta tienen que estar acordes a la Ley 1755 de 2015 o la que la modifique⁴.

De igual manera, el (los) mecanismo(s) de recepción de PQRS que se definan deberán tener permanente acceso y seguimiento por parte de Findeter, con el fin de verificar la pronta atención y respuesta de las mismas.

Formato:

- Registro PQRS.
- PQRS

- 2) Piezas de divulgación.** La información sobre el avance del proyecto y las novedades que se derivan de ella debe ser conocida a tiempo y claramente por parte de la comunidad. El formato de presentación puede ser en físico y/o virtual.

Producto:

- Registro de las piezas de divulgación entregadas con su correspondiente listado de recibo de información por parte de la comunidad.
- Imagen y/o logo que identifique el proyecto con enfoque de gestión social. Esta imagen debe ser de fácil recordación y debe ser entregada en formato de alta calidad para que pueda ser usada en formatos digitales o impresos

Formato:

- Formato pieza divulgación
- Registro piezas divulgación

- 3) Reuniones de participación.** Espacios (grupales⁵ o personales) donde se busca detallar

⁴ La documentación de este producto debe estar soportada por registro audiovisual e informe.

⁵ Si el evento se va a realizar de manera grupal es importante que el consultor asegure la consecución del lugar adecuado con los respectivos instrumentos para la presentación, los refrigerios, el levantamiento del

las condiciones del proyecto, así como sus avances y novedades facilitan que la comunidad esté enterada oportunamente.

Antes de organizar estos eventos, es fundamental establecer la metodología sobre la cual se realizará la reunión, a fin de garantizar que se escuchará y respetará a los participantes; que habrá espacios de réplicas, recepción de inquietudes y solicitudes; se acordarán compromisos por ambas partes; y también se concertarán cronogramas de actividades.

Las reuniones de participación al ubicarse en un nivel comunitario permiten tomar contacto con un gran número de las partes interesadas y asegurar la transparencia e igualdad de información y discusión.

Para que haya una participación contundente es importante realizar una convocatoria oportuna cinco (5) días antes, mediante piezas de divulgación, megáfono y/o radio, redes sociales, entre otros.

En caso de ser necesario, por solicitud de Findeter o la comunidad, se convocarán y realizarán reuniones extraordinarias.

Producto:

- Reunión de inicio del proyecto.
 - Presentación ejecutiva y roles de las partes implicadas en el proyecto (Findeter, cliente y consultor)
 - Presentación e identificación del proyecto: información del objeto del contrato, beneficios e impactos del proyecto, costo y tiempos de ejecución.
 - Mensaje de apropiación y sostenibilidad del proyecto.
 - Presentación del plan de gestión social y reputacional.
 - Cronograma de actividades.
 - PAC, línea de comunicación y divulgación para la gestión social.
 - Compromisos de cada parte presente.
 - Recepción de dudas e inquietudes.

- Reunión de entrega y cierre social
 - El consultor deberá hacer reunión final con autoridades locales de la entidad territorial donde se hace entrega del proyecto, de igual forma se invitará a la comunidad que se beneficiará del mismo.
 - En esta reunión el consultor deberá abordar como mínimo los siguientes temas:
 - Presentación plan de movilidad y estructuración del sistema.
 - Presentación de las relatorías.
 - Balance de PQRS y derechos de petición atendidos y respondidos.

- Jornadas de socialización, sensibilización y capacitación previstas en las etapas de estructuración técnica, financiera, legal y plan maestro de movilidad.

Formato:

- Listado de asistencia
- Acta de reunión

4) Monitoreo de noticias. La identificación de los actores comunitarios que son claves y/o influyentes y que generan impacto en la opinión social a través de canales propios o de

medios de comunicación masiva, permite registrar la información tanto positiva como negativa sobre el proyecto.

Producto:

- Registro periódico de medios de comunicación y redes sociales (link, copia impresa o escaneada, fecha, medio por el cual salió la información) acerca de las noticias y la información sobre el proyecto, así como el uso de estos canales para dar a conocer las novedades de esta por parte del Consultor. Cuando la información es negativa y afecta la percepción del proyecto por parte de la comunidad, el consultor debe reportar inmediatamente a Findeter sobre la misma. El reporte de este producto deberá ser entregado en los informes mensuales.

Acompañamiento Social

Una vez establecidas las rutas de trabajo comunitario e institucional, se deben establecer estrategias de trabajo directo con todos los actores con el fin de ajustar, recomendar e implementar programas de acompañamiento social y desarrollo comunitario que promuevan y faciliten la apropiación y sostenibilidad del proyecto.

Las actividades implementadas en este marco de acompañamiento social a actividades requieren involucrar a los actores institucionales, privados y comunitarios en su conjunto. Todas las estrategias se deben articular con las rutas de trabajo e incluir acciones focalizadas que respeten, visibilicen y promuevan los saberes, tradiciones y cosmovisiones de la población.

- **Mesas de apropiación ciudadana.** Espacio para el desarrollo de actividades de apropiación del plan de movilidad y sistema de transporte que posibilita a las comunidades generar estrategias y acciones para acompañar el proyecto desde la estructuración hasta una futura construcción y puesta en operación de este. El fortalecimiento de las comunidades que son beneficiadas y/o impactadas por el proyecto se debe enfocar en la sensibilización de las mismas acerca de la corresponsabilidad e importancia de la participación activa en su propio desarrollo comunitario y mejora de la calidad de vida desde la autogestión y organización social. A través de reuniones mensuales de la mano de las comunidades se diseñan e implementan estrategias de socialización, apropiación y cuidado de los bienes públicos, generando una red de multiplicadores dentro del área de influencia.

Dentro de las actividades que se pueden enmarcar en este producto se encuentran:

- Talleres participativos para consolidar una propuesta de cultura ciudadana y participación que contemple derechos y deberes de las comunidades y otros actores en torno al proyecto para el beneficio de la comunidad.
- Estrategias para motivar la participación de líderes juveniles y mujeres para hacer parte del proceso de activación de acciones colectivas en torno al proyecto.
- Acciones en las que se evidencie la participación comunitaria para la activación de mecanismos de divulgación del proyecto, sus beneficios y las responsabilidades de cada actor involucrado

Producto:

- Conformación, acompañamiento y apoyo al desarrollo de las mesas de trabajo que requieren una reunión mensual, como mínimo.
- Registro de actividades soportado por los listados de asistencia, planes de trabajo y cronogramas de actividades para la socialización, apropiación y

cuidado de los bienes públicos.

Formato:

- Listado de asistencia
- Acta de reunión

5.4. Componente EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La ejecución de cualquier proyecto requiere de una planificación y verificación de cumplimiento desde el inicio hasta su entrega, por ello este componente incluye procesos de análisis, seguimiento y gestión de los resultados esperados y también de los no previstos.

- **Comité del proyecto.** La revisión del avance del proyecto y sus novedades requiere de la reunión periódica de los profesionales del consultor y Findeter, quienes deben hacer seguimiento a temas técnicos, ambientales y sociales.

Producto:

- Actas y listados de asistencia de los comités.
Es importante que se pueda verificar transversalmente el porcentaje de avance, el cumplimiento del cronograma de actividades, el registro y cumplimiento de los compromisos acordados.

Formato:

- Listado de asistencia
- Acta de reunión

- **Cronograma de actividades.** La planificación temporal y de actividades para dar cumplimiento al Plan de Gestión Social y Reputacional requiere de una organización de ejecución para cada uno de los componentes y productos contemplados en el presente documento. Para ello es importante realizar un cronograma general previo al inicio de actividades en campo, el cual debe ser aprobado y validado por la supervisión, de manera que se programe una gestión social transversal y no actividades separadas.

A medida que el proyecto vaya avanzando es importante que el cronograma social se vaya alineando a los tiempos técnicos, por lo cual se deberá entregar un cronograma semanal o quincenal a Findeter.

Producto:

- Cronograma general de actividades del Plan de Gestión Social y Reputacional, integrado al formato de ejecución técnica establecido en los términos de referencia.

- **Informe final.** Junto a la culminación de actividades técnicas, el consultor y/o consultor debe entregar un documento en el que se consolide el cumplimiento de la gestión social, así como de un entregable visual y creativo que evidencie esta gestión e importancia de esta en la apropiación del proyecto por parte de la comunidad.

Producto:

- Documento consolidado de gestión social que relacione:
 - Información del proyecto.
 - Introducción sobre la gestión social en el proyecto.
 - Componentes del plan de gestión social y reputacional con sus respectivos productos.
 - Conclusiones sobre la gestión social y reputacional.
 - Recomendaciones para la sostenibilidad del proyecto.
 - Anexos.
- Entregable sobre la gestión social y reputacional debe resaltar el proceso de

interacción y participación que se llevó a cabo con la comunidad; cómo este facilitó la construcción de tejido social alrededor del proyecto y permitió la apropiación de este por parte de la población del área de influencia directa e indirecta. Este producto podrá tener un formato visual o auditivo.

- **Propuesta de Plan de Gestión Social ejecución de la obra.** De acuerdo al proceso de conocimiento contextual del territorio y de las comunidades, de los procesos de diálogo y participación comunitaria, y del resultado de la estructuración del proyecto, se debe realizar la propuesta de un Plan de Gestión Social para que sea implementado durante una próxima etapa de ejecución de obra.

Producto:

- Documento propuesta de Plan de Gestión Social que contenga como mínimo los siguientes aspectos:
 - Procesos de comunicación y divulgación efectiva y asertiva de acuerdo a las particularidades geográficas, históricas, sociopolíticas, socioeconómicas, culturales y multilingües.
 - Vinculación de mano de obra calificada y no calificada de la región, así como oportunidades de priorizar oportunidades para población étnica y no étnica.
 - Acompañamiento social a actividades técnicas.
 - Procesos de diálogo y creación comunitaria.
 - Mecanismos de apropiación y sostenibilidad comunitaria.
 - Costos de implementación gestión social para etapa de ejecución.

6 Normatividad

- **Constitución Política de 1991**, arts.: 01, 02, 13, 49, 79, 95, 103, 104, 105, 310 y 365.
- **Ley 21 de 1991**, Por medio de la cual se aprueba el Convenio número 169 sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, adoptado por la 76a. reunión de la Conferencia General de la O.I.T., Ginebra 1989.
- **Ley 99 de 1993**, Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones
- **Ley 134 de 1994**, por la cual se dictan normas sobre Mecanismos de Participación Ciudadana.
- **Ley 152 de 1994**, por la cual se habla de la ley orgánica del Plan de Desarrollo
- **Ley 388 de 1997**, Por la cual se modifica la Ley 9ª de 1989, y la Ley 3ª de 1991 y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 393 de 1997**, por la cual se desarrolla el artículo 87 de la Constitución Política.
- **Ley 472 de 1998**, por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones.
- **Ley 689 de 2001**, por la cual se modifica parcialmente la Ley 142 de 1994.
- **Ley 743 de 2002**, por la cual se desarrolla el artículo 38 de la Constitución Política de Colombia en lo referente a los organismos de acción comunal.
- **Ley 1775 de 2015**, Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
- **Decreto 2623 de 2009**, Por el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.
- **Decreto 1429 de 1995** por el cual se reglamenta el Capítulo I del Título V de la Ley 142

de 1994, en relación con el Control Social de los Servicios Públicos Domiciliarios.

- **Decreto 2041 de 2014**, Por la cual se reglamenta el Título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales.
- **Decreto 2613 de 2013 & Directiva presidencial No 010 de 2013**, por la cual se reglamentan los procesos de consulta previa para los proyectos de infraestructura de transporte.
- **Directiva Presidencial No. 10 de 2002**, Programa de renovación de la administración pública: hacia un estado comunitario.