

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

**Uso de Agricultura de Conservación en sistemas de
Cosecha y Ganado (CLCA): Sistemas Llama-Quinoa
en Bolivia**

Enero de 2019

La Paz, Bolivia

CONTENIDO

I.	OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS SEGÚN ANÁLISIS DE SISTEMATIZACIÓN DE DATOS	2
II.	OBJETIVOS COMUNICACIONALES DIRIGIDOS A PÚBLICOS OBJETIVOS	5
III.	EJES COMUNICACIONALES	6
IV.	PLANTEAMIENTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL CON ACCIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN	7
V.	IDENTIFICACIÓN DE TIPOS DE CONTENIDOS PARA LA COMUNICACIÓN POR EJE DE COMUNICACIÓN	8
VI.	CONCLUSIONES	12

I. ANÁLISIS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE DATOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

En base al estudio sobre “la cadena productiva quinua-camélido en el Altiplano centro-sur”, se identificaron siete ejes temáticos estratégicos que sirven como base para plantear los objetivos y ejes comunicacionales.









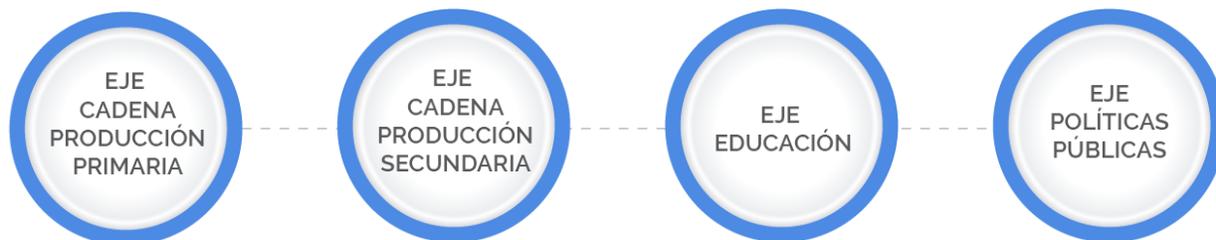
II. OBJETIVOS COMUNICACIONALES

Se plantean cuatro objetivos comunicacionales dirigidos a todos los actores de la cadena productiva quinua-camélidos. Los objetivos son metas que se quieren alcanzar por medio de acciones comunicacionales. Esta definición de objetivos comunicacionales se enmarca y se adapta según las necesidades del proyecto y la herramienta que se determine aplicar como solución. Esta es una primera aproximación en base a los resultados de la investigación.



III. EJES COMUNICACIONALES

Para alcanzar los objetivos comunicacionales, enmarcamos la estrategia en 4 ejes, que son el paraguas de las acciones.



EJE CADENA PRODUCCIÓN PRIMARIA. Este eje involucra a todos los actores de la comunidad que tienen contacto directo con la producción de quinua y crianza de camélidos, las acciones se dirigen a los productores, intermediarios, asociaciones de productores y autoridades comunales. Tiene el objetivo de concientizar sobre la importancia de la producción sostenible tanto de camélidos como de quinua, la prevención de riesgos en relación a los efectos de cambio climático y sobre la implementación de herramientas específicas para mitigar los riesgos.

EJE CADENA PRODUCCIÓN SECUNDARIA. Este eje involucra a los actores que aparecen en la cadena cuando se inicia la comercialización de los productos quinua y camélidos, es decir, intermediarios, asociaciones de productores, empresas privadas y consumidor final. El objetivo de este eje es visibilizar el problema actual de desertificación de tierras y desaparición de ganado camélido, revalorizar la importancia de una quinua orgánica y de alta calidad y de los camélidos como seres que colaboran al equilibrio. Para el consumidor final, es importante contar la historia de la quinua que está producida de manera orgánica y sostenible.

EJE EDUCACIÓN. Este eje abarca a todos los actores, el objetivo para los productores es educar e informar de forma teórica y práctica sobre soluciones a los problemas señalados, para las asociaciones es importante informar sobre la importancia de lo sostenible y la comercialización responsable, informar y educar al consumidor para que pueda demandar un producto orgánico, de alta calidad y que haya sido producido de forma sostenible.

EJE POLÍTICAS PÚBLICAS. Este eje tiene el objetivo de lograr incidencia política para generar una instancia donde haya un intercambio de experiencias de las instituciones y autoridades involucradas. Esta instancia como el lugar inicial donde se puede implementar una herramienta práctica en para que la quinua y el ganado camélido cuenten con planes de producción sostenible a largo plazo, generando recursos para los productores y precautelando los efectos del cambio climático y las vulnerabilidades del entorno.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROCESO COMUNICACIONAL CON ACCIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN

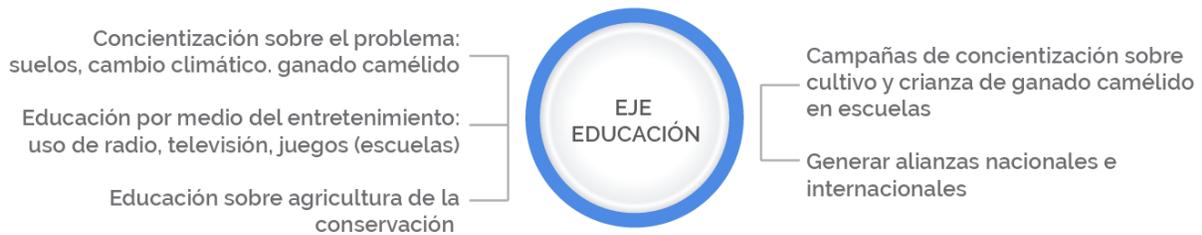
EJE CADENA DE PRODUCCIÓN PRIMARIA



EJE CADENA DE PRODUCCIÓN SECUNDARIA



EJE CADENA EDUCACIÓN



EJE POLÍTICAS PÚBLICAS



V. IDENTIFICACIÓN DE TIPOS DE CONTENIDOS PARA LA COMUNICACIÓN POR EJE DE COMUNICACIÓN

En la siguiente tabla se describe brevemente en qué consisten las acciones propuestas y cual será impacto esperado. La priorización en la aplicación de estas acciones depende en gran parte de las decisiones técnicas que se tomen en la implementación del proyecto y la herramienta de escalamiento. Una vez que se tenga esta claridad técnica, la estrategia de comunicación plantea un cronograma a corto, mediano y largo plazo para acompañar y complementar en cada fase de la implementación. Las acciones entonces las priorizamos de la siguiente manera: la fase preliminar a la implementación (1), durante la misma (2) y el sostenimiento post implementación (3). A continuación, la propuesta de acciones a tomar contempla en la cuarta columna la fase en la que se debe iniciar la implementación de esa acción comunicacional.

Acción	Público Objetivo	Descripción Actividades	Impacto esperado y Fase de Implementación
<i>EJE CADENA DE PRODUCCIÓN PRIMARIA</i>			
Formación a “Transmisores” (líderes y voceros), “evangelistas” del proyecto	Productores jóvenes Actuales y futuras autoridades de las comunidades	Ciclo formativo para transmisión de conocimiento vertical.	Adquirir y transmitir conocimientos. Fase: 1 y 2
Capacitación en técnicas productivas	Productores	Formación técnica con especialistas en temáticas: abonos, técnicas de riego y recursos hídricos, manejo de plagas.	Utilización de técnicas productivas sostenibles. Fase: 2
Eventos y reuniones inter zonales	Productores de todas las zonas Autoridades de las comunidades de todas las zonas	Realización de reuniones efectivas para informar procesos, cambios y resultados. Intercambio de experiencias. Información actualizada sobre técnicas productivas.	Conexión y relación entre productores. Diálogo. Acuerdos estratégicos. Fase: 2 y 3
Campañas en técnicas productivas	Productores de 16 a 65 años	Elaboración de contenido y diseño para manuales, calendario agrícola, crear programas radiales con técnicas de radio participativas e interactivas, novela con	Adopción de técnicas productivas en los cultivos y crianza de ganado camélido. Fase: 2 y 3

Acción	Público Objetivo	Descripción Actividades	Impacto esperado y Fase de Implementación
		mensajes que enseñen sobre técnicas productivas, mensajes que complementan a las capacitaciones.	
Cápsulas radiales y televisivas educativas	Productores de 25 a 40 años	Material audiovisual con contenido de asesoría y educativo que refuercen conocimientos.	Productores informados y que pueden aplicar lo aprendido. Fase: 2 y 3
Promover las propiedades de la quinua y camélidos	Comunidad	Actividades informativas en ferias, escuelas, reuniones comunales.	Conciencia del valor de la quinua y camélidos. Fase: 2 y 3
Creación de la Red Aliados	Productores de las comunidades	Productores de distintas zonas conectados a través de redes: grupo WhatsApp, comisiones específicas, reuniones programadas.	Fortalecimiento de grupos, conocimiento y contacto entre unos y otros. Fase: 1, 2, 3
<i>EJE CADENA DE PRODUCCIÓN SECUNDARIA</i>			
Plataforma digital	Público primario: Productores jóvenes de Bolivia Público secundario: productores de la región y del mundo	Repositorio digital de experiencias e interconexión entre productores bolivianos, de la región y del mundo.	Generar red nacionales e internacionales, compartir aprendizajes de varios productores y comercializadores. Fase: 3
Encuentro de productores de distintas comunidades, comercializadores, instituciones y autoridades	Productores de todas las edades Asesores especializados Instituciones privadas y públicas	Evento anual destinado a dialogar sobre las temáticas, a través de foros, talleres prácticos, acuerdos y compromisos. Asesoría especializada.	Compromisos, acciones claras y responsables de gestión, transmisión de conocimiento y diálogo interinstitucional Fase: 2 y 3
Concientización sobre propiedades de la quinua y camélidos	Productores Escolares Instituciones	Campañas de comunicación dirigidas a cada público en diferentes fases. Mensajes claros y que	Sociedad informada y consciente del potencial y problemática de la quinua y camélidos. Ayuda a generar

Acción	Público Objetivo	Descripción Actividades	Impacto esperado y Fase de Implementación
		informen las ventajas, propiedades y retos del sistema quinua-camélidos.	demanda para el proyecto. Fase: 1 y 2
Agenda de visitas a medios locales y nacionales	Voceros comunales Autoridades comunales Público en general	Elaborar una agenda de medios y temáticas resultante de los foros y diálogos para concientizar sobre la problemática del sistema quinua-camélidos.	Población informada y comprometida con la defensa de las tierras y crianza de camélidos. Fase: 1 y 2 Fase: 3 (para compartir resultados y sostener)
Capacitación en temas de venta directa al consumidor	Productores	Talleres informativos sobre costos, cadena de valor y comercialización	Productores entienden la cadena de valor y los factores que influyen. Pueden generar propuestas o ejercer presión para implementar soluciones concretas. Fase: 2
<i>EJE EDUCACIÓN</i>			
Concientización sobre el problema	Productores Autoridades gubernamentales Instituciones relacionadas a la quinua y camélidos	Dialogar y educar por medio de eventos, reuniones comunales, reuniones con instituciones y gobierno temas como: el estado de los suelos, cambio climático, la necesidad de protección al ganado camélido. Generar materiales impresos	Productores informados, conscientes y capaces de incidir en políticas públicas. Fase: 1 y 2
Educación por medio del entretenimiento	Escolares Productores de todas las edades (segmentadas)	Creación de acciones específicas con mensajes de educación y conciencia en radio, televisión, dinámicas lúdicas.	Niños y jóvenes conscientes de los cambios climáticos, estado de suelos, etc. y comprometidos a implementar soluciones Fase: 1 y 2 Fase: 3 (campana de sostenimiento)

Acción	Público Objetivo	Descripción Actividades	Impacto esperado y Fase de Implementación
Educación sobre agricultura de la conservación	Productores	Talleres técnicos y prácticos: manejo de maquinaria, abonos, plagas, etc. Recuperación de técnicas ancestrales por medio de jornadas de diálogo con generaciones antiguas.	Niños y jóvenes conscientes de la necesidad de vivir aplicando técnicas de agricultura de la conservación. Fase: 2 y 3
Campañas de concientización sobre cultivo y crianza de ganado camélido en escuelas	Productores Autoridades comunales Gobiernos Municipales Instituciones privadas y públicas	Campaña con mensajes específicos a cada público. Recopilación de experiencias pasadas.	Introducir técnicas y prácticas de la sostenibilidad. Fase: 2 y 3
Generar alianzas nacionales e internacionales	Instituciones nacionales y extranjeras Entidades privadas y públicas	Búsqueda de aliados y socios estratégicos que colaboren con la causa a través de la participación de ferias nacionales e internacionales, creación de redes de contacto.	Trabajo coordinado entre productor y aliado en pro de la producción sustentable de quinua y crianza de camélidos. Fase: 3
<i>EJE POLÍTICAS PÚBLICAS</i>			
Coordinar y generar un grupo de lobby en pro de la implementación de un modelo sostenible quinua-camélidos	Líderes y autoridades comunales	Reuniones para determinar planes y solicitudes.	Impacto y visibilidad en el gobierno central y público en general. Fase:1
Dialogar con autoridades para coordinar implementación de herramientas	Líderes y autoridades comunales	Cabildo.	Ser escuchados por autoridades del gobierno central. Fase: 1
Socializar el plan estratégico sobre el cultivo de quinua y crianza de ganado camélido	Líderes y autoridades comunales Autoridades gubernamentales	Generar plan estratégico consensuado con el Gobierno central, municipal y comunidades.	Trabajar bajo un solo estándar y objetivo: sostenibilidad a largo plazo. Fase: 2

VI. CONCLUSIONES

El “Estudio sobre la cadena productiva quinua-camélido en el Altiplano centro-sur” nos muestra que existe una gran oportunidad para informar, concientizar y trabajar con los productores de quinua y de camélidos para implementar soluciones técnicas a los retos que enfrentan, existe un apetito por recibir conocimiento para enfrentar los nuevos retos.

En términos comunicacionales, es importante recalcar, que hay una demanda específica de información, capacitación, diálogo y coordinación por parte de los productores y las autoridades comunales.

La estrategia de comunicación busca responder a esta demanda con diferentes productos que ayuden en la fase de concientización y en fase de implementación del proyecto de escalamiento a futuro.

Los demás actores, como son los comercializadores y autoridades, también muestran una apertura, sin embargo, es también evidente que hay temas más delicados como son los económicos y políticos que deben ser tomados en cuenta en términos comunicacionales para aportar al éxito de la implementación del proyecto.

Finalmente, en términos de los consumidores, tenemos la necesidad de contar la historia de la quinua real, de la convivencia con los camélidos y del ecosistema de esta región del altiplano para generar valor agregado y una demanda nacional e internacional. Esta es también una tarea que la comunicación puede encarar en el momento de la implementación.