

Diseño del Plan de Comunicación y Difusión del la Comunidad de Conocimiento “Papas Araucanía”

Diseño del Plan de Comunicación y Difusión del la Comunidad de Conocimiento “Papas Araucanía”

El Plan de Comunicación y Difusión corresponde a uno de los componentes del trabajo realizado. Nuestra visión se expone en tres apartados. El primero refiere a los aspectos mas conceptuales del Plan de Comunicación. Primero nos referiremos a las condicionantes del diseño del Plan y luego a los componentes de éste conseguidos en los talleres realizados con los productores. En el apartado siguiente se da cuenta del ejercicio de plan comunicacional realizado con los productores de papas y técnicos del Cege. Y, por último, se presenta una metodología de empoderamiento de los productores para ejercer el rol de socializador del Portal Papas Araucanía.

a. Condicionantes

Para que el plan tenga un diseño e implementación correcta, creemos que previamente deben asegurarse las siguientes condiciones o prerrequisitos.

A. Nombre del proyecto/plataforma. Este aspecto el proyecto lo ha cumplido, ya que después de un ejercicio colectivo se adoptó el nombre de PAPAS ARAUCANÍA, que constituye la marca de venta del proyecto.

B. Imagen corporativa del Portal. Se creó la imagen del proyecto (la que se muestra abajo), que servirá para proyectar el rubro en el mercado.



Esta imagen es relevante en cuanto es un símbolo de identidad que resuena en los productores, y que fue creada a través de un proceso participativo. A partir de ella se pueden ir elaborando diferentes objetos de merchandising como gorros, pen-drive, lápices, camisetas, libretas, cuadernos, etc que permitan ir creando una fuerte identidad de marca.

C. Definiciones Estratégicas. Los productores y el CEGE Araucanía han aceptado el desafío de liderar el proceso de puesta en marcha del proyecto y su venta, así como la gestión de este una vez implantado. Ellos saben que es su Portal. Cuentan, además, con el sólido apoyo de un grupo importante de productores que harán la labor de "venta" del Portal. Ya hay identidad con el Portal y con una línea de acción a seguir, con su visión y estrategia.

b. Componentes del Plan de Comunicación y Difusión

Los siguientes son los aspectos en los que se debe estructurar el Plan de Comunicación del Proyecto

A. Definición de los clientes externos y clientes internos del Proyecto. En relación a los primeros hay una identificación clara para el rubro, además están medianamente "censados". Sin embargo, en relación a los clientes internos no hay la misma claridad. Esto es especialmente importante para conseguir apoyos en la provisión de servicios, establecimiento de alianzas y para la ampliación del proyecto. Se tiene claridad en relación a los productores de papa asociados al Cege, pero se debería tener un mapa de otros productores de papa no asociados para irlos incorporando, si así se decide- al Portal.

B. Definición de los Objetivos. Se ha de responder claramente para qué es el proyecto, a quiénes va dirigido, con quién se realizará . Esto en medida importante se ha realizado en la etapa inicial del proyecto. Establecer con claridad el objetivo. Con todo, para la fase de implementación debería volverse a repensar las definiciones estratégicas.

C. Análisis de la situación. Identificación del problema o necesidad que se ha de atender. El plan debe estar absolutamente compenetrado del diagnóstico que ha llevado a fundamentar e impulsar el Proyecto. Asimismo, el conocimiento del contexto, sus actores y necesidades es determinante para el diseño del Plan.

D. Estrategia Creativa. Con independencia del soporte debe plantearse una estrategia que identifique los procesos de comunicación. Fundamentalmente, esta estrategia para el caso de los productores de papa debe Informar, Convencer, Persuadir y Comprometer. La nuestra es una comunidad de fidelización. Los usuarios deben convertirse en actores del portal. Esto se consigue demostrando que el uso de las TICs no es una cuestión inalcanzable para ellos; que el uso del conocimiento puede impactar positivamente su

productividad; que la usabilidad de la plataforma está a su alcance. Que el portal es una herramienta más de su día a día de trabajo.

E. Definición del público objetivo. Es importante segmentar los diferentes públicos. No solo en el rubro. Si no entre técnicos y productores, y entre estos últimos y aquellos que pueden ejercer un efecto demostración. Por otra parte, es importante reconocer a aquellas personas que son Líderes naturales y que podrían ayudar a la difusión e instalación de la Plataforma. El Cege debe jugar un rol activo en este apartado.

F. Propuesta de Contenidos. Los contenidos a transmitir deben estar relacionados esencialmente con el mejoramiento de la productividad y oportunidades de negocio. Para ello se sugiere utilizar casos reales de agricultores que utilizando Tics lo estén haciendo bien.

G. Estrategias/Herramientas a ser utilizadas. Deben utilizarse los canales de comunicación que normalmente utilizan los agricultores; especialmente el Cege, así como otros servicios del Minagri y la Municipalidad. Es importante involucrar activamente a los técnicos, ya que ellos tienen una influencia importante sobre los productores, además de ser ellos mismos potenciales usuarios de la plataforma. Como canal se ha de utilizar las ferias agrícolas a nivel nacional, regional y local. Esas actividades presenciales como "enganche" son muy importantes, como le ocurrió, por ejemplo, a RuralCat. Un sorteo de computadores o la inauguración de una antena inalámbrica es un buen momento para promocionar la plataforma, utilizando esos eventos como elemento de difusión en la prensa local.

I. Evaluación: Para evaluar el impacto de la difusión se sugiere realizar una encuesta que permita medir el grado de conocimiento y aceptación de la Plataforma. Esta debe realizarse a nivel de cada localidad/rubro.

2. Plan de Acción Comunicacional con los Productores

Como una manera de ir preparando el camino para la formulación del Plan Comunicacional, se realizó un taller con el objeto de generar los lineamientos específicos de una acción comunicacional sobre el Portal en las localidades donde están radicados los productores de papa.

Más que formular un plan de acción, el objetivo fue obtener lineamientos concretos para preparar un Plan de Acción para la difusión y socialización en su territorio y asociados del Portal Papas Araucanía. En los talleres participaron el equipo Cege y productores, como se deja constancia en el Informe respectivo.

La información que nos interesó recoger fue de tres índoles:

- Actividades y eventos donde promocionar el Portal. Aquellas que forman parte del itinerario normal de los productores de la localidad.
- Canales de comunicación habituales del mundo agrícola en la zona, de dónde obtienen la información.
- Apoyos que ellos (productores) necesitan para poder hacer eficientemente su labor de socializador. Qué esperan ellos (organización) de las personas que han participado activamente en el proyecto?.

Lineamientos de comunicación

ACTIVIDADES		CANALES	RECURSOS
EVENTOS	DESCRIPCIÓN	MEDIOS	QUE APOYOS SE REQUIEREN LOS PRODUCTORES
Expo Papa. INIA y Araucanía Costera.	Productores exponen, productos y proveedores.	Asesores técnicos	Capacitaciones de Uso

	Charlas técnicas. Mesa de Negocio.		
Cursos técnicos del INIA.	Análisis de resultados de la temporada	celulares	Alfabetización digital
Talleres comparativos CEGE	Apoyo técnico-productivo individual y colectivo. 5 visitas en el año y dos reuniones técnicas	TV	Brochures
Días de campo de la papa. Dos actividades distintas.	Muestra de productos, materiales y técnicas Agrícola Botacura y Riotolten (productores de semilla y papa consumo), proveedores insumos y maquinarias y autoridades	Oficinas de las áreas de INDAP	Folletería
Ferias costumbristas comunales (costa)	Actividad costumbristas en Teodoro Schmidt, Carahue y Puerto Saavedra, Domínguez y Tolet	Unidades de Desarrollo Local de la Municipalidades	Empoderamiento-Liderazgo
Día de campo de Tranapunte	Muestra de productos ye innovaciones.	TV Local. Canal 8 de Puerto Saavedra y Carahue,	Habilidades de Comunicación Efectiva

(centro de la papa)	Ensayos de fertilización y manejo sanitario		
		Radios locales. Tolten (Radio San Antonio), Saavedra (Radio Extrema), Carahue (Angel),	Discurso concreto sobre el proyecto
		Prensa: diario austral. Pagina agrícola	Medios tecnológicos
		Boletines del INIA	Socialización y sensibilización de la herramienta (plataforma)
		Mail/Boletín electrónico	Garantizar acceso a internet

3. Empoderamiento

Para llevar a cabo la labor de socializar y difundir el Portal, el grupo de productores de papas expresó la necesidad de capacitarse para adquirir las fortalezas técnicas y personales para desarrollar en la mejor forma esta labor. Este apartado expresa la necesidad de realizar talleres para el conjunto de los productores con la finalidad de empoderarlos en su rol de facilitador/difusor/socializador del Portal. El objetivo fundamentalmente debe ser el de compartir con los productores participantes las funciones y tareas que corresponden a los Socializadores como agentes con responsabilidades en la difusión y utilización de la plataforma Papas Araucanía, identificando con ellos esos rasgos y cualidades.

Si recordamos el objetivo principal con el que nació el proyecto, este consiste en “incorporar el uso de las TICs en el mundo rural para mejorar la productividad de los productores de papa de la Araucanía”. El Portal Papas

Araucanía, por tanto, es una herramienta que el Cege pone a disposición de los productores con el fin último de ayudarles a que incrementen su productividad (mayores beneficios o menores costos).

Sin embargo, este objetivo solo es posible si el portal se utiliza, si se alimenta con el conocimiento de todos los usuarios y se convierte realmente en una herramienta estratégica para la gestión de cada productor. Ellos son importantes como feed-back. El portal tendrá aquello que ellos requieran para su actividad productiva. No solo lo que los administradores piensen que los productores necesitan. Por este motivo su participación activa ha sido la clave para conseguir ese objetivo.

Para lograr su uso, el primer paso obligatorio es difundir el portal entre sus usuarios potenciales, darlo a conocer, comunicar sus beneficios y en definitiva sensibilizar a los pequeños productores de papas de la Araucanía sobre la enorme oportunidad de profesionalización que se les brinda.

Fruto del trabajo de los últimos meses, estos son algunos de las características que ofrece el Portal Papas Araucanía:

1. Es un portal para los productores creado por los productores (Está directamente dirigido a las pequeñas empresas y a los productores).
2. Apunta a mejorar la toma de decisiones, mejorando la oferta de información actual. En un solo sitio toda la información requerida en forma clara, oportuna, transparente.
3. El eje del Portal lo constituye el itinerario de labores productivas de cada rubro cárnico que ofrece al productor una guía de actividades y una amplia gama de servicios pensados para la realidad del productor. La información que necesito en el momento indicado.

4. Se basa sobre la idea de la Inteligencia colectiva (nadie sabe más que todo el mundo) y la participación activa de sus miembros. El Portal promueve la asociatividad y colaboración entre el rubro.

5. Los productores deben activar la comunidad, intercambiando ideas, prácticas e información con el objeto de hacer más productivo el rubro.

6. Es un canal para salir a nuevos mercados y para comercializar sus productos.

Ahora bien, aunque se cuente con un Plan de Comunicación que propone estrategias para la difusión del proyecto, se considera que es imprescindible perfilar con detalle el rol que jugarán algunos de los agentes que participarán en esta labor y más en concreto, los Socializadores.

Tareas del Socializador/a del Portal Papas Araucanía

La tabla de arriba sintetiza las tareas y roles del socializador/productor.

QUÉ (TAREA)	CÓMO	CUANDO	APOYO
Testear funcionalidades del Portal	Mediante protocolos que serán entregados por Catenaria	Con periodicidad mensual hasta que el Portal esté estabilizado	Técnicos del Proyecto serán los interlocutores
Apoyar a incorporar otros productores al Portal	Dando de alta a los nuevos usuarios y guiándolos mediante una breve capacitación del Portal.	Una vez el Portal entre en operación y se comience a incorporar usuarios	Herramientas de administración específicas, instructivos de capacitación y mesa de ayuda
Difundir y mostrar el Portal a otros productores	Mediante la participación en distintas instancias de difusión (ferias, seminarios, demostraciones, etc)	Una vez el Portal se encuentre en operación y con sus funcionalidades básicas en marcha	Materiales de difusión (presentaciones, folletos, etc)
Dinamizar las Comunidades al interior del Portal	Participando en foros, incorporando información, activando a nuevos miembros, creando grupos de trabajo, etc.	idem	Dinamizador de la comunidad y protocolos de uso
Administrar contenidos en el Portal	Subir material en diversos formatos para enriquecer la base documental y de experiencias	idem	
Apoyar las capacitaciones de nuevos usuarios	Participar en la inducción a nuevos usuarios, aportando su experiencia de usuario	Cuando se requiera	Apoyo de los capacitadores oficiales

La segunda actividad se refiere a la necesidad de realizar un **taller de liderazgo y trabajo en equipo para los productores de papas**. El propósito es sensibilizar a los participantes sobre la importancia de trabajar en equipo y estimular el liderazgo participativo, incorporando la práctica del trabajo colaborativo como una forma de gestión eficiente y efectiva para la difusión de la Plataforma Papas Araucanía.

Al mismo tiempo, se generaran aprendizajes en técnicas de construcción y mantenimiento de equipos de trabajo de alta exigencia, junto con entregar herramientas de aplicación de liderazgo efectivo para acometer la tarea de difundir el Portal.

La metodología que se debería contemplar para este taller considera la exposición de contenidos, además de la participación activa de los asistentes en cuanto deberán realizar análisis de su actual situación de desempeño con el propósito de visualizar mejoras por medio de dinámicas diseñadas para tales efectos.

Se deberían incluir diversas dinámicas grupales e individuales en la que los productores tuvieran que resolver problemas en forma colectiva. Las dinámicas grupales deben considerar aspectos lúdicos y de simulación contextual, de manera de poner a los participantes en situaciones reales de decisión, así como para permitir reacciones emocionales e intuitivas y no solo racionales.

Por otro lado, la metodología debe considerar la realización de un discurso cargado de ejemplos y metáforas vinculadas al mundo de la papa.

RESULTADOS ESPERADOS CON ESTA ACTIVIDAD

- Un grupo de productores motivados y empoderados en las tareas de facilitador y liderazgo
- Un grupo de productores entrenados en las competencias del liderazgo y trabajo colaborativo

- Un grupo de productores con un plan de acción concreto para promover y difundir el portal
- Un escenario de simulación de “venta” del portal Papas Araucanía
- Unos gremios de la papa comprometidos y dispuestos a apoyar las acciones de difusión.