

11-23 Marzo, 2018

Boletín #2

Destacados:

- Fundamentos de la Mercadotecnia Social.
- Difusión de la Innovación.
- Etapas del Cambio de Comportamiento.
- Segmentación de audiencias.
- Barreras y Beneficios de la Audiencia meta.
- Exposición de retos y realidades del trabajo del socio implementador - DAI, en el caso de estudio, Yaalboc.
- Modelo Conceptual.
- Cadena de Factores.
- Intercambio de Beneficios.
- Teoría de Cambio.
- Instrumentos de Investigación.

Los participantes agradecen al Ministerio Federal de Medio Ambiente, Conservación de la Naturaleza, Construcción y Seguridad Nuclear (BMUB) apoyan esta iniciativa sobre la base de una decisión adoptada por el Bundestag.

C4C – Yaalboc, Chiapas, Mx.



El Miércoles 14 de Marzo, día 4 del entrenamiento IFOAM-C4C, Dulce Espelosin, entrenadora líder de C4C, dio inicio al entrenamiento y brindó paso a que los participantes empezaran a conocerse mejor a través de sus Mapas de Ruta, yendo de inmediato al aprendizaje de los fundamentos de la mercadotecnia social y haciendo ejercicios prácticos para permitir la correcta comprensión de como segmentar una audiencia.

Ese mismo día se trabajó intensamente en el conocimiento de las herramientas como: Difusión de la Innovación, Barreras y Beneficios y las etapas del Cambio de Comportamiento.

Por la tarde, Kevin Farrera, Director de Desarrollo Alternativo e Investigación AC-DAI, uno de los diez ganadores del premio "Agricultura para la Biodiversidad" de Solution Search, expresó su compromiso con Rare y con el uso de las técnicas de sus campañas de mercadotecnia social, enmarcando la prioridad que se debe dar al trabajo de "polinización o replicación" en las comunidades del sur de México para el manejo de cultivos bajo sistemas agroecológicos con miras a crear empresas para la gestión de la agro biodiversidad.

En el día 5, los participantes aprendieron sobre las técnicas para crear una estrategia de cambio de comportamiento exitosa, pasando por el Modelo Conceptual, Cadena de Factores, Intercambio de Beneficios, Teoría de Cambio y con esto, se pasó a trabajar de manera profunda en el análisis y comprensión de las herramientas de Investigación Cualitativas y Cuantitativas, donde practicaron y se organizaron para salir al día siguiente a implementar su investigación en campo y con su audiencia meta, los productores y las productoras agrícolas de maíz criollo de Yaalboc.

Conozca algunos de nuestros participantes



María del Rocío Solís Fajardo

- Centro de Acción para el Desarrollo – CODICE A.C.
- Responsable del Área de Género y Medio Ambiente
- Interés: Temas de Sustentabilidad con enfoque de género y de cuenca, gobernanza y desarrollo local.
- Email: rociosolis06@yahoo.com.mx
- Email: codiceac@live.com.mx



Rufino Grajales Aguilar

- Extensionista Independiente
- Interés: Facilitar procesos y tecnologías acordes al desarrollo humano, ambiental y económico de una comunidad para definir un proyecto de desarrollo integral.
- Email: ingrugra@hotmail.com



Eduardo de la Cruz Hernández

- UNACH - Universidad Autónoma de Chiapas
- Coordinador de la Carrera de Ingeniería en Agronomía
- Interés: Generar conocimientos respecto al análisis fitoquímico de los maíces criollos, caracterización de razas y fitomejoramiento participativo.
- Email: duardito131080@hotmail.com

Conozca algunos de nuestros participantes



Gerardo Torres López

- Desarrollo Humano y Servicios Profesionales El Can'chix S.C.
- Facilitador
- Interés: Fomentar los principios de la agricultura sustentable en el sistema Milpa así como del mejoramiento participativo de los maíces criollos.
- Email: lbt_gerardotorres@hotmail.com



Sergio Gabriel Muñoz Pérez

- Vertientes Logros de Vida AC
- Gestor Comunitario
- Interés: Vinculación con Organizaciones de la Sociedad Civil – ONG's en una red para compartir experiencias, plasmando el trabajo organizativo del Municipio de Bella Vista, de la Zona Sierra en el Estado de Chiapas.
- Email: dismember10@hotmail.com



Elvia Quintanar Quintanar

- Colectivo ISITAME A.C.
- Directora
- Interés: Agroecología, diálogo de saberes, economía campesina y equidad de género.
- Email: elviaquintanar@hotmail.com

Fundamentos de la Mercadotecnia Social



Los participantes de diversas organizaciones empezaron a relacionar más sus similitudes e intereses profesionales de coyuntura.



Trabajaron de la mano de Dulce Espelosin y el equipo DAI en la comprensión del sitio del caso de estudio, Yaalboc y analizaron las formas de adentrarse a un sitio nuevo, en cómo segmentar su Audiencia Meta, orientando así, sus acciones para lograr estrategias correctas de promoción a través de los métodos de C4C.

Pasos estratégicos del Cambio de Comportamiento



El día 5 del entrenamiento C4C, dió paso a empezar a formular una Teoría de Cambio estructurada para entender las Barreras y Beneficios de la Audiencia meta, lo cual se traducirá en materiales efectivos de mercadotecnia social.



Los participantes fortalecieron su Conocimiento en los instrumentos más comprobados de Investigación tanto Cualitativa como Cuantitativa para poder traducirlos en decisiones informadas y validadas en sus audiencias metas al regresar a sus sitios.

Agricultura para la Biodiversidad



CAMPAÑAS POR
LA CONSERVACIÓN



Fomentado por et:



Ministerio Federal
de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza,
Obras Públicas y Seguridad Nuclear

en virtud de una resolución del
Parlamento de la República Federal de Alemania



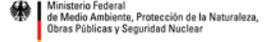
Agricultura para la Biodiversidad



CAMPAÑAS POR
LA CONSERVACIÓN



Fomentado por et:



en virtud de una resolución del
Parlamento de la República Federal de Alemania

