

11-23 Marzo, 2018

Boletín #3

Destacados:

- Investigación Cualitativa y Cuantitativa en Yaalboc.
- Trabajo con Audiencia Meta.
- Sistematización de datos.
- Análisis de Información.
- Objetivos SMART
- Indicadores de éxito
- Teoría de Cambio Finalizada.
- Personificación de la Audiencia.
- Mezcla de Mercadotecnia.
- Desarrollo de Mensajes.
- Llamado a la acción.
- Marca Social



El día 6 del Entrenamiento IFOAM C4C enmarcó el viaje de los participantes a Yaalboc, sitio caso de estudio, donde los participantes implementaron sus instrumentos de Investigación Cualitativa en forma de entrevistas a profundidad y su investigación Cuantitativa en forma de encuestas, todo esto organizado bajo un Plan de Investigación dirigido a una muestra representativa de la audiencia meta, las productoras y productores agrícolas de maíz de Yaalboc de entre 18 y 75 años de edad.

Durante el día 7 los participantes aprendieron a sistematizar de forma eficiente la información recabada en campo, para luego analizarla y transfórmala en decisiones informadas sobre los beneficios y barreras que su audiencia meta ve ante el nuevo cambio de comportamiento que se pretende instalar.

Con esta información ya transformada, se pudo crear la versión final de la Teoría de Cambio con indicadores de medición tanto en lo social como en biológico.

Más tarde y ese mismo día, se logró concluir que la Campaña de Mercadotecnia Social se diseñará para promover las prácticas agroecológicas, buscando que este comportamiento mejore las condiciones de suelo de las parcelas de las y los productores agrícolas de maíz de Yaalboc, reduciendo así los costos de producción y generando como consecuencia una mayor diversidad de alimentos y conservación de las semillas locales.

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.

Conozca algunos de nuestros participantes



Jaime Mauricio Sánchez Orellana

- Agrecol Andes Bolivia.
- Consultante
- Interés: Replicar técnicas de mercadeo innovadoras respecto a la promoción de agricultura orgánica en Bolivia. Certificación en productos agroecológicos.
- Email: grupociap@hotmail.com



Circe Romero Medina

- DAI AC (Desarrollo Alternativo e Investigación)
- Comunicación y Redes de Colaboración
- Interés: Participación social, biodiversidad, conocimiento campesino, redes de colaboración, agricultura orgánica, manejo integral de cuencas, conservación urbana, bosques comestibles, artes y divulgación de conocimientos, planeación participativa y metodologías de elaboración de proyectos.
- Email: circerome@gmail.com



Marco Antonio Cruz Gutiérrez

- Servicios Profesionales para el Desarrollo Mexicano AC
- Asesor Técnico
- Interés: Identificación, gestión y ejecución de proyectos agropecuarios en áreas productivas eficientes, así como asesoría técnica y capacitación a productores para permitir una inserción sostenible de sus productos en los mercados.
- Email: marco-antonio70@hotmail.com

Conozca algunos de nuestros participantes



María Lourdes Pérez Silva

- Productoras Artesanas de Pantelhó
- Directora
- Interés: Aprender a desarrollar e implementar actividades de aprendizaje para la organización de mujeres y hombres.
- Email: lululu35@hotmail.com



Manuel Humberto López Gutiérrez

- Servicios Profesionales para el Desarrollo Mexicano A.C.
- Presidente
- Interés: Concientización en la conservación de los recursos naturales a través de mecanismos de organización comunitaria para la conservación de suelos, reforestación, rescate de semillas de origen con respeto a su cosmovisión cultural y una opción de mejorar ingresos familiares como una aportación a la mitigación de los efectos del cambio climático.
- Email: lohum@hotmail.com



Francisco Javier Abraham Herrera

- Dulces Regionales San Cristóbal
- Gerente General
- Interés: Certificación en producción orgánica y las formas de coadyuvar a la conservación del medio ambiente como empresa cultivadora y procesadora de productos libres de agroquímicos.
- Email: pjabraham16@gmail.com

Validando supuestos mediante la investigación



En el día 7 además del aprendizaje del análisis profundo de la Investigación, los participantes pudieron aprender sobre como aterrizar todo en las 4Ps de Mercadotecnia y eso empezar a transformarlo en el diseño preeliminar de una Marca Social, pasando desde el Desarrollo de mensajes efectivos, hasta el orgullo como un símbolo de motivación para el cambio de Comportamiento.



Ahora los participantes están diseñando ya sus mensajes de campaña preelminares.

Los participantes de este entrenamiento han ido más allá de lo esperado y seguramente crearán una gran marca para Yaalboc y el equipo DAI.

¡Muy bien hecho compañeros!

Agricultura para la Biodiversidad



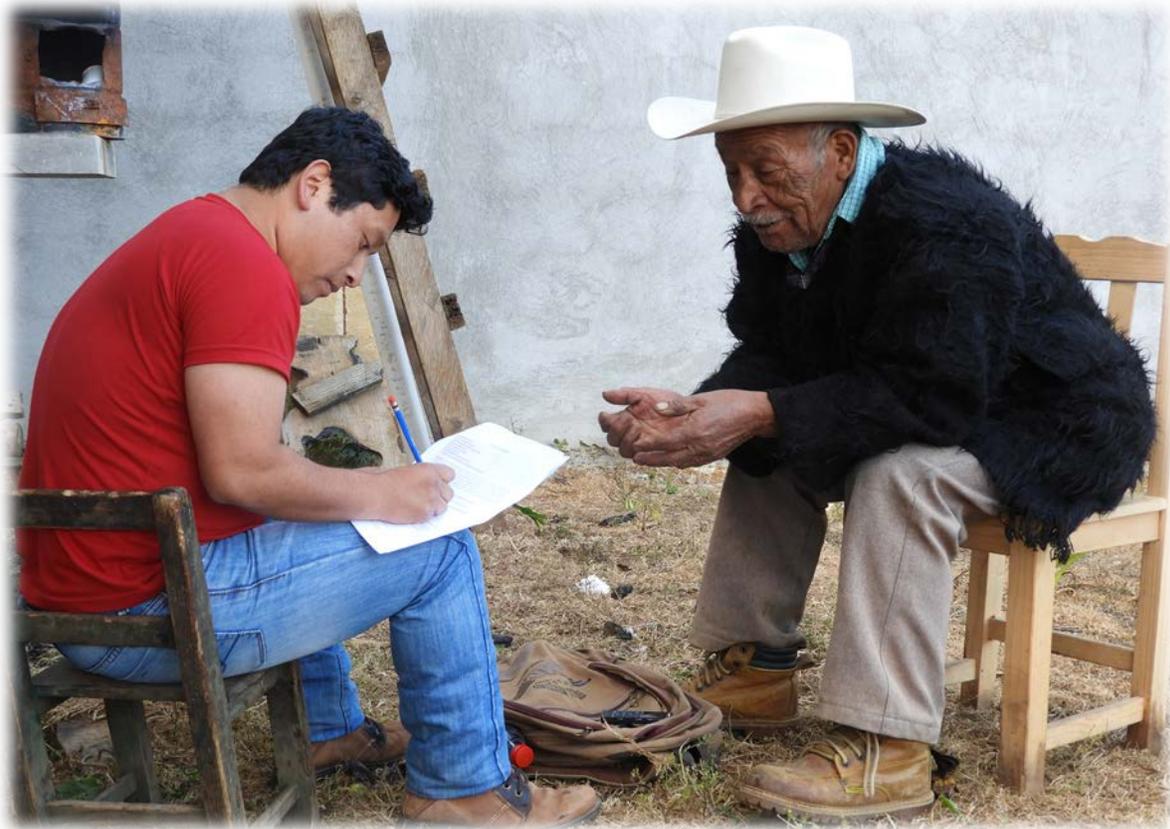
CAMPAÑAS POR
LA CONSERVACIÓN



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:

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 el:



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

