

15-16 Junio, 2018

Boletín #2

Destacados:

- Visita a la Parroquia de San Pablo, caso de estudio del entrenamiento.
- Investigación de campo con los productores agrícolas de la asociación Inti.
- Visita guiada a 2 chakra.
- Sistematización de las encuestas.
- Reflexión sobre visita de campo.
- Reflexión sobre las encuestas.
- Establecer objetivos y metas SMART.
- Definición del grupo objetivo.
- Elaboración de una marca y un slogan para la campaña..



El tercer día del entrenamiento de C4C empezó con mucha emoción por parte de los participantes por salir al sitio del caso de estudio y conocer a la audiencia meta del entrenamiento: los productores agrícolas de chakra de la Asociación Inti.

El grupo entero se dirigió a San Pablo y Centro Mamallacta, donde muy temprano por la mañana se encuestaron a los integrantes y se convivió con ellos un rato.

Más tarde se visitó la casa de Don Clemente, un agricultor kichwa. Clemente nos deleitó con una variedad de platos y productos que había cosechado directamente de su chakra aquella misma mañana. Una vez satisfechos, el anfitrión nos llevó a conocer su finca. Durante el tour el agricultor nos mostró las más de 200 especies de plantas entre frutales, forestales, medicinales y ornamentales que crecían en las 3 hectáreas de su jardín botánico. Pudimos evidenciar la armonía que se puede lograr entre la agricultura y el bosque.

Ese mismo día se visitó también la finca de Doña Cecilia, productora agrícola de Centro Mamallacta. Conocimos 2 hectáreas de las 6 que tiene su finca. Alrededor de 80 especies de plantas crecían naturalmente sobre la tierra fértil. Gran parte de los productos cosechados acabarán sazonando los platos de los grandes restaurantes de Quito, gracias a Canopy Bridge quien es el puente para conectar los productos de la chakra con los chefs de la ciudad. Al final de la visita Cecilia nos ofreció garabatoyuyo, yuca, guayusa y chontacuros, cocinados exquisitamente para el grupo.

Regresó el grupo al salón de trabajo para sistematizar todo lo recopilado de mano de la entrenadora de C4C, Dulce Espelosin. Se debatió sobre la efectividad de la visita a campo, sobre las encuestas y entrevistas y se recopiló lecciones aprendidas para que así cada participante pueda regresar a su sitio a poner en práctica lo aprendido.

Finalizamos el día con un divertido rompehielos donde los participantes pudieron musicalizar una canción en menos de 20 minutos, grandes ritmos y experiencias vividas en este día.

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

Conozca algunos de nuestros participantes



Daisy Geoconda Peña Robayo

- Proyecto ATPA-Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Especialista en Economía y Comercio.
- Mis expectativas son conocer estrategias eficaces para posicionar productos amazónicos y consumo consciente.
- dpena@mag.gob.ec



Dioni Silva Cruz

- ACP-Copallin-Shiwi
- Guarda parque
- Me parece de mucho valor el tema de mercadotecnia social y de mucha importancia las encuestas para saber la realidad de los agricultores en sus chakras.
- Dioni.silva@hotmail.com



Andrés Ramiro Alvarado Aguinda

- Asociación "Tsatsayacu"
- Socio activo
- Deseo mejorar las técnicas de mercado y ventas de producto de cacao.
- sisu.aguinda.andy26@gmail.com

Conozca algunos de nuestros participantes



Delia Magdalena Shiguango Chimbo

- Agencia de Transformación Productiva (ATPA) del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- Técnica Comercial
- Aprender y comprender todo lo referente a la mercadotecnia social para poder transmitir lo aprendido a las organizaciones, productores y comunidades. Quiero hacer proyectos y llegar a ser un agente de cambio.
- dshiguangoregion2@gmail.com



Jairo Misael Albuja Salvador

- Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador.
- Técnico de campo/Asistencia técnica de cultivos
- Quiero aprender la metodología de mercadeo social. Este taller me va a servir para conocer los diferentes puntos de vista de técnicos y productores y así aprender de sus experiencias.
- Jaiomas26@gmail.com



María Isabel Valderrama Gonzalez

- Fundación Gaia Amazonas, Colombia.
- Asesora en Ordenamiento Territorial
- Crear una red regional amazónica de apoyo e intercambio de experiencias.
- mvalderrama@gaiaamazonas.org

Analizando el sitio a profundidad



El 4to día del entrenamiento empezó de manera muy práctica y poniendo en marcha todo lo colectado y aprendido durante las visitas al campo.

Se empezó con el conocimiento y desarrollo de los objetivos SMART. Se identificaron todas las línea base de los objetivos de la Teoría de Cambio para usarlos como indicadores de éxito de la Campaña de Mercadotecnia Social.

Se terminó una personificación de la audiencia que reflejaba las características más únicas y fuertes de la audiencia meta, la cual quedó impregnada en la mente de los participantes y logrará mantener claro el rumbo de la campaña.



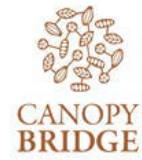
Patricia Flores de IFOAM dió las instrucciones para desarrollar un mapa parlante de las chakras que visitamos el día anterior y así ir mentalizando lo más característico del sitio.

Por la tarde y de vuelta con Dulce Espelosin y con C4C, se identificaron las 4Ps de nuestro caso de estudio y se desarrolló el borrador de un mensaje (eslogan), para dar paso al día siguiente a la creación de lo que serán los materiales de campaña.

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

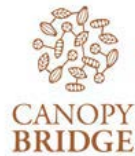
en virtud de una resolución del
Parlamento de la República Federal de Alemania



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

