SECRETARIA DE ESTADO DE AGRICULTURA
INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS

AGENCIA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

CAMPROMER

Plan de Acción, Capacitación y Comunicación

"CAMPROMER"

CAPACITACION CON Y PARA LA MUJER CAMPESINA

SANTO DOMINGO, R.D.

CAMPROMER:

Capacitación para la mujer rural involucrada en producción y mercadeo.

Secretaría de Estado de Agricultura
SEA

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
IICA

Agencia Internacional para el Desarrollo
AID

Plan de Acción, Capacitación y Comunicación

"CAMPROMER"

Santo Domingo, R.D.

Febrero, 1981

I N D I C E

Pág.

SUB-PROYECTO DE CAPACITACION Y COMUNICACIONES

Introducción

La idea básica en cuanto a capacitación rural se refiere en este Proyecto, es utilizarla como una herramienta o un medio en el desarrollo de habilidades, destrezas y aporte de conocimiento que le serán útiles a los beneficiarios en la identificación y solución de sus problemas más apremiantes como son: Bajos ingresos, por tanto, bajo consumo de alimentos básicos, que trae como consecuencia un alto índice de desnutrición, acompañada de una secuela de enfermedades que tienen su origen de ésta.

Específicamente, el Proyecto busca identificar y ensayar la combinación más deseable de técnicas educativas y de comunicación, apoyándose en la ejecución de planes de producción y dando respaldo logístico para así lograr los propósitos perseguidos en el mismo.

Metodológicamente, el Proyecto no busca reemplazar el sistema de educación formal, la capacitación de interés, se refiere a la transmisión de información y al desarrollo de habilidades y destrezas, aplicadas a los problemas de la comunidad, por tanto, la identificación de sus necesidades o problemas va acompañado de la identificación de contenidos específicos de enseñanza y medios de comunicación.

Con la descripción de los problemas o necesidades más apremiantes se involucra o trae a colación un ingrediente que aunque no es nuevo en programas para la mujer dentro del marco de desarrollo rural, no ha sido trabajado en forma adecuada; definición de objetivos y metas que den respuesta estrictamente a las necesidades o problemas identificados en el diagnóstico realizado en las comunidades. De

esta manera, la capacitación se convierte en un medio, no es un fin, en la solución a los problemas.

El ingrediente nuevo, que propone este Proyecto en su ejecución es la acción o implementación por parte de los beneficiarios de planes de acción de producción que den respuestas a sus necesidades y sean válidos en la solución de sus problemas, (desnutrición) respaldando esta acción con el apoyo logístico necesario para tal fin (financiamiento, insumos, asistencia técnica, etc.) De esta manera la capacitación se enmarca dentro de un área específica y debe trazarse objetivos y metas logrables o alcanzables a largo y corto plazo.

Los contenidos son: Formulación y elaboración de proyectos, ejecución de proyectos, comunicación, investigación social e investigación agrícola y pecuaria, transferencia de tecnología agropecuaria y nutrición.

Este entrenamiento está enmarcado dentro de la modalidad de capacitación en servicio y comprende:

1) Asesoría permanente del IICA

2) Contratación de consultores específicos

   a. Investigación Social.

   b. Comunicación.

   c. Investigación Agrícola y Pecuaria.

   d. Nutrición.

3) Participación seminarios y eventos educativos a nivel nacional e internacional.

4) Giras y visitas a centros de investigación, capacitación nacionales e internacionales.

5) Reuniones con entidades y/o técnicos que ejecuten y/o laboren en proyectos similares a CAMPROMER a fin de intercambiar experiencias.

6) Cursos formales sobre tópicos relacionados con los contenidos más relevantes del Proyecto.

DIVISION DEL PLAN DE CAPACITACION

1. Personal Técnico Nacional
2. Personal Técnico Regional
3. Beneficiarios Directo (mujeres)

Capacitación Personal Técnico Nacional.

Es compromiso del Organismo Internacional, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), la capacitación de técnicos que laboran a nivel nacional, a fin de que cuando la asesoría llegue a su fin, quede en el país sede del Plan Piloto, un personal capacitado para seguir llevando el Proyecto a otras regiones y que a su vez pueda colaborar con la implementación de este en otros países de América Latina.

Capacitación Personal Técnico Regional o Local

La capacitación de este personal, es sumamente importante para la implementación y desarrollo del Proyecto, ya que de ellos depende que se cumplan los propósitos del mismo, a través de la ejecución de las actividades en el momento preciso. La detección y viabilización de obstáculos y la creación de mecanismos

operativos a través del personal de campo, permiten los ajustes que sobre la marcha hagan el plan, un plan práctico y replicable.

En tal sentido, la capacitación de este equipo está planificada sobre la marcha del Proyecto según las necesidades surgidas en la ejecución del mismo.

Los contenidos más relevantes son: Programación, nutrición, capacitación, comunicación, producción e investigación agrícola y pecuaria, y se llevará a cabo a través de cursos, asesorías, jornadas de trabajo, giras y/o visitas y participación en seminarios y eventos nacionales e internacionales.

- Un curso de incorporación de personal.
- Cursos de reforzamiento.
- Jornadas de trabajo sobre los tópicos más relevantes del Proyecto (programación, nutrición, producción, investigación, capacitación y comunicaciones).
- Participación en eventos de capacitación del área de interés que sean realizados tanto a nivel nacional como internacional.
- Giras: A centros de investigaciones agropecuarias y/o centros de capacitación y comunicación.

Plan de Capacitación a Beneficiarios Directos

El plan de capacitación a los beneficiarios directos, será conjuntamente con el plan de producción, la piedra angular en la que descanse el Proyecto.

Para la elaboración de éste, se ha clasificado por área de contenido, de acuerdo a los objetivos generales.

Las áreas de contenido son:

a. Nutrición.

b. Producción Agrícola y Pecuaria.

c. Administración Rural.

d. Comercialización Agropecuaria.

e. Organización Campesina.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Lograr mediante capacitación intensiva, que las mujeres campesinas beneficiarias directas, desarrollen habilidades y destrezas que la haga eficiente en las tareas de producción, consumo y comercialización de alimentos básicos, contribuyendo así a bajar el índice de desnutrición, abaratamiento del costo de la canasta familiar y aumento de los ingresos por familia.

- Identificar las técnicas de comunicación masiva que sean más eficientes en la capacitación de la mujer rural.

Objetivos Específicos:

- Lograr que las mujeres campesinas beneficiarias directas, tomen conciencia mediante la información necesaria de la relación: alimentación, nutrición de tal manera que ejecute y promueva la producción, consumo y comercialización de alimentos básicos.

- Capacitarlas en la siembra y cuidados culturales de productos agrícolas y pecuarios, básicos en la alimentación, que permitan balancear la dieta y disminuir el costo de la canasta familiar.

- Capacitarlas en técnicas de administración rural y comercialización agropecuaria, de tal manera que puedan manejar sus pequeñas granjas y comercializar con eficiencia los exedentes.

- Apoyar a través de las acciones del Proyecto, la organización de las mujeres beneficiarias directas, en grupos autogestionarios.

- Que las mujeres se familiaricen con los medios masivos de comunicación de tal manera que los usen como un medio eficiente para adquirir información y capacitación.

METAS

a. Realización de:

   12 cursos

   Actividades complementarias

   4 seminarios-talleres evaluativos

b. 170 mujeres capacitadas en las áreas del Proyecto.

c. Alcance de las metas propuestas en los planes de producción a través de la motivación despertada por la capacitación directa y por los medios de comunicación masiva.

METODOLOGIA

La metodología propuesta para la capacitación, que conlleve cambio de actitudes y desarrollo de habilidades y destreza, se basará en la sistematización del efecto multiplicador, con técnicas propias de la educación no formal, a través de enlaces o difusoras de la capacitación.

Estas serían las participantes directas a los cursos regulares, adquiriendo bajo su responsabilidad, pequeños grupos (vecinas), los cuales serían objeto y sujeto, de los seguimientos debidamente coordinados, supervisados y evaluados por los técnicos responsables de la ejecución del Proyecto.

Los eventos a realizarse serán:

a. Cursos:

Serán realizados de uno a cuatro días.

Partiendo de los cronogramas de los sub-proyectos de producción y nutrición, se elabora el cronograma de capacitación.

Siendo la capacitación la constante del Proyecto, las acciones del Proyecto (agrícolas, pecuarias, nutrición, consumo) van precedidas de los eventos de capacitación y reforzadas y motivadas a través de medios de comunicación grupal e interpersonal.

Ej.: Antes de la entrega de las pollitas ponedoras, asistieron al curso de capacitación avícola, lo que se refuerza a través de medios de comunicación, programados y ejecutados por los técnicos del Proyecto en coordinación con los especialistas que se ameriten.

b. Demostraciones

A realizarse en las casas o granjas de las beneficiarias, con duración de una tarde (2-3 horas), participación de las mujeres y ejecutadas por las mujeres enlaces o difusoras.

c. Encuentros

A celebrarse entre mujeres de diferentes comunidades dirigidas y ejecutadas por ellas, en coordinación con el técnico, con la participación de 20-30 mujeres.

d. Seminarios-Talleres Evaluativos

De dos días de duración, programados y dirigidos por los técnicos y mujeres enlaces, con la participación de 30 mujeres.

e. Exposición de un día, será una actividad programada, dirigida de manera coordinada entre técnicos y beneficiarias.

f. Visita a comunidades o centros experimentales, con el fin de ver avances o problemas presentados, que tengan relación con las actividades del Proyecto.

g. Programas radiales con el fin de motivar producción y consumo y reforzar los conocimientos adquiridos.

EVALUACION

La evaluación del aprendizaje en los eventos de capacitación, se ha trazado a partir del diseño de objetivos educacionales expresados en forma clara y concisa en relación a los cambios deseables en las beneficiarias del Proyecto. Para lograrlo es necesario identificar y describir los actos que deben realizarse para demostrar logros y las condiciones importantes en que debe demostrarse los

cambios así como los criterios mínimos de la ejecución aceptable.

Dentro del diseño general de evaluación del Proyecto se contempla medir cambio de actitud, adopción de tecnología, nivel de participación en el proceso de desarrollo de su comunidad. Por tanto, lo que se plantea acá es específica - mente relacionado con la ganancia de conocimiento y desarrollo de habilida - des o destrezas, producidas por la capacitación que se realiza durante el desarrollo del Proyecto, así como la adopción o adaptación de técnicas y mensajes, a sus condiciones. Y los efectos que los medios y técnicas de comunicación producen en estos cambios.

La evaluación se enmarcará dentro de lo semi-informal y el procedimiento será aplicación del instrumento de medición antes del evento y al terminar el mismo, partiendo de la base que la diferencia entre el resultado final y el inicial reflejaran la ganancia de conocimiento producidas por el evento.

Dado que la mayor parte de la población es analfabeta o semi-analfabeta, los instrumentos deberan aplicarse en forma oral.

De acuerdo a las exigencias, los instrumentos de medición se aplicarán en forma individual o grupal; a través de preguntas, juegos evaluativos y ejecución o tareas prácticas.

El contenido de estos instrumentos estará lógicamente dado por el tema, y el objetivo a lograr.

Para mayor control de los resultados, con la ayuda de las grabadoras se recogerá información individual, sobre como le pareció el evento, grado de satis - facción o insatisfacción, utilidad de lo aprendido, sugerencias para mejorarlo etc...

A continuación se anexan las fichas para evaluación de los eventos hacia las participantes del observador y por parte del grupo al profesor o extensionista.

Para la parte de adopción o adaptación de técnicas y mensajes se usa como instrumento de medición, la visita o la finca y el vaciado de la información a la ficha control de visitas domisiliarias, donde se informa la tecnología usada, la situación actual de la familia (anexo 1) y los cambios sufridos medidos cuanti y cualitativamente.

PLAN DE COMUNICACIONES A NIVEL DE LA COMUNIDAD

La planeación de las acciones comunicativas a nivel de la comunidad, se inició con la participación del problema o interés comunicativo. Cubierta esa etapa, se procedió a detectar cual era la situación que se tenía sobre el particular y sobre ése conocimiento se diseñó el plan de comunicaciones.

A continuación se presenta en detalle cada una de las etapas señaladas.

Determinación del Problema o Interés Comunicativo.

Para definir que se busca lograr en el plan de comunicaciones, es necesario partir de los antecedentes que originaron a CAMPROMER. Aún cuando no se pretende acá hacer un análisis exhaustivo de ello, se toman en consideración las bases sobre las cuales se fundamenta el Proyecto.

Es necesario tener en cuenta el marco estructural dentro del cual se desenvuelve la vida rural.

La evolución de las estructuras generales es la resultante de condiciones y procesos sociales sobre los cuales se ejerce poco o ningún control.

A pesar de que existen limitaciones que afectan el proceso de mejora - miento del bienestar rural, en el interior de ese marco estructural queda siempre un margen variable de posibilidades que dependen directa mente de las conductas y prácticas concretas de las personas.

El énfasis en la mujer, se apoya en dos factores:

a) Constituye un agente económico a la manera del hombre, como centro básico de la familia. En calidad de ésto último, ejerce una clara influencia sobre las prácticas familiares que tienen que ver con nutrición y salud.

b) Hasta el momento son muy pocos y dispersos los esfuerzos que se han orientado hacia el fomento de la participación de la mujer en actividades que le representen un mayor bienestar.

   CAMPROMER busca desarrollar e implementar metodologías de capacitación y comunicaciones que permitan a la mujer del área rural su desempeño más eficiente como productora, consumidora y comercializadora de productos básicos.

c) En base a lo anterior, el problema o interés comunicativo consiste en "contribuir a dar cumplimiento a los objetivos del Proyecto CAMPROMER a través de la implementación de las acciones comunicativas que se consideren necesarias de emplear a nivel de las comunidades atendidas por el Proyecto".

DIAGNOSTICO EN COMUNICACIONES

Detectado el interés comunicativo, se procedió a efectuar el diagnóstico en comunicaciones con los propósitos que se describen a continuación:

OBJETIVOS

- Obtener información básica sobre las características sociales, culturales y económicas de las comunidades rurales que tienen que ver con el Proyecto CAMPROMER.
- Determinar cuales medios de comunicación utiliza la población, para recibir información y las posibilidades de uso de ciertos canales dentro del plan.
- Determinar la actitud de las personas de la comunidad acerca de los objetivos del Proyecto.
- Identificar las personas y entidades que pueden colaborar con la acción a desarrollar y establecer los contactos del caso.

METODOLOGIA

La información necesaria para el diseño del plan de comunicaciones, se tomó del diagnóstico del Proyecto. Los principales datos extraidos del estudio en mención fueron: alfabetismo, escolaridad, ocupación del padre y de la madre; tenencia de la tierra, número de productores por rubro y área de siembra; propiedad de animales; centro de compra usado para consumo; producción anual y destino del producto; número de productores según lugares de venta; número de productores por canales de venta; consumo semanal de alimentos; número de comidas al día por familia; opinión de las familias sobre alimentos que hacen daño; actividades de producción y mercadeo de la mujer; preferencia de la mujer hacia las actividades productivas y uso de medios de comunicación.

La información anterior fué complementada a través de charlas con líderes de la comunidad, amas de casa y agricultores, especialmente en lo relacionado con las preferencias en cuanto a medios de comunicación; necesidades de información y tecnología local de producción. De igual manera, se averiguó la disponibilidad de medios de comunicación a través de visitas a la comunidad; a la oficina local de la SEA en El Cercado; la oficina de divulgación técnica de la SEA en San Juan de la Maguana y a la oficina de divulgación técnica de la SEA en Santo Domingo.

El contenido de los mensajes a difundir en el plan fué tomado a nivel general en base a los objetivos de CAMPROMER y especialmente a partir de las recomendaciones generadas en el análisis del estado nutricional. Según dicho análisis se requería producir y conseguir hortalizas o habichuela; guandul; maíz; yuca y plátano, dentro de los renglones agrícolas. Se aclara que hasta el momento no se ha llevado a cabo investigación agronómica a nivel local con miras a generar recomendaciones para producir estos renglones bajo las condiciones de los pequeños productores de la zona. Esta circunstancia constituye una limitante para el desarrollo del Proyecto e implica que a corto plazo deba iniciarse un proceso de ajuste tecnológico* que genere recomendaciones en primera aproximación basada principalmente en la tecnología que el agricultor está empleando para producir éstos renglones, hasta tanto se generen recomendaciones agronómicas superiores. Las recomendaciones para la explotación avícola y cunícola como fuentes de proteína animal,

---

*Las hortalizas podrían exceptuarse en este tratamiento a pesar de que deberán ensayarse siembras múltiples dada la heterogeneidad encontrada en las deficiencias nutricionales y las limitaciones en la extensión de los conucos.

no presentaron mayores inconvenientes y fueron tomadas de material producido por la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA).

RESULTADOS

- El Proyecto en su fase inicial atenderá 178 familias de seis comunidades. La destribución por comunidad es la siguiente: El Capacito 24 familias; La Guama 55; El Majagual 22; El Palmar 28; El Quemao 13 y La Jaguita 36.

- El 65.7% de las mujeres campesinas que habita en la zona cubierta por el Proyecto son analfabetas. Sólo 34.3%, sabe leer y escribir. Comparativamente, la comunidad de La Jaguita, posee el más alto índice de analfabetismo en las mujeres: 80%, mientras que El Quemao tiene el índice más bajo: 36.4%. El porcentaje de analfabetas para las demás comunidades del Proyecto fué el siguiente: El Palmar, 65.4%; El Capacito 65.3% y El Majagual 62%.

- El promedio en años de estudio de las mujeres campesinas que han recibido educación formal es de cuatro.

- El 52.2% de los conucos de El Capacito tiene una extensión equivalente a 20 tareas o menos. La información sobre el particular para las demás comunidades fué: La Guama 48.9%; La Jaguita 44.1%; El Quemao 33.3%; El Majagual 31.8% y El Palmar 29.2%.

  En El Majagual y El Palmar se encuentra el mayor número de conucos con extensiones superiores a las 50 tareas.

- La actividad agrícola en que la mujer participa con su orden la recolección de cosechas y la comercialización de productos.

- La preferencia de la mujer hacia las actividades productivas, es muy variable. El 36.8% se inclina por el trabajo con el área pecuaria; el 22.6% por la producción agrícola; 20.8% por la comercialización y 13.8% por la agroindustria. El porcentaje restante (6.0) muestra preferencia por otro tipo de actividades.

  Al analizar la información anterior por comunidad, se encontró que con excepción de El Majagual, las demás comunidades muestran preferencia por la producción pecuaria. En El Majagual, existe una mayor inclinación hacia la venta de productos (66.6%) y la producción agrícola (57.1%).

- De acuerdo con las deficiencias nutricionales encontradas, se espera que las mujeres campesinas produzcan e incrementen el consumo de habichuela, guandul, maíz, plátano, yuca y zanahoria. Asimismo, se recomienda incrementar la producción y consumo de huevos y motivar a las familias para que produzcan y consuman carne de conejo.

  La distribución porcentual de los productores por cultivo, tiende a mostrar que el maíz (76.9%); la habichuela (68.5%) y el guandul (46%) son los renglones que más comunmente cultivan los productores de la zona. Otros cultivos mencionados fueron la yuca (11.7%) y el plátano (7.3%).

- En atención a los resultados del diagnóstico general, el 91.2% de la producción anual de habichuela se destina a la venta y sólo 8.8% se consume a nivel familiar. La comunidad de La Guama presenta la situación más crítica al respecto.

  En cuanto al guandul, los datos globales muestran que 77.5% de la producción total se destina al mercado y 22.5% al consumo. En la comunidad de

El Quemao se registra la mayor tendencia a la venta de éste producto.

El 88.8% de la producción anual de maíz se destina a la venta y 11.2% se emplea para consumo. No se encontraron diferencias marcadas entre las comunidades acerca de éste resultado.

La producción de yuca, ahuyama y plátano es muy incipiente en todas las comunidades.

Los cultivos de zanahoria, repollo, lechuga, rábano y de ajíes, no se han desarrollado en la zona. Existe casi un desconocimiento general de parte de la comunidad acerca de las formas de producir, en sus condiciones, éstos renglones.

A corto plazo, se buscará fomentar la producción hortícola en las comunidades de El Palmar, El Capacito y El Majagual, debido a la falta de agua disponible para riego en las tres comunidades restantes.

El Proyecto está tratando de servir de enlace entre las comunidades que no disponen de éste recurso esencial en forma permanente y el organismo encargado en la República Dominicana para emprender este tipo de obras. Este aspecto es de trascedental importancia, puesto que permitirá solucionar el problema a las comunidades y de otra parte serviría de motivación de la comunidad hacia el Proyecto.

- En el aspecto pecuario, las aves son los animales más comunes en el área. La explotación cunícola constituye otra innovación para las comunidades cubiertas por el Proyecto.

- Los medios de comunicación más utilizados por la mujer campesina son los contactos interpersonales con los vecinos y familiares y la radio. Las emisoras de mayor sintonía son Las Voz de las Fuerzas Armadas y Radio Anacaona. La Voz de las Fuerzas Armadas, cubre todo el país y sus equipos transmisores están ubicados en Elías Piña, Región Suroeste del país donde se implementa el Proyecto. Radio Anacaona, es una emisora regional y está ubicada en San Juan de la Maguana. En ésta emisora, la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA) transmite el programa radial "Caminando por el Surco", de lunes a viernes, de 7:30 a 8:00 P.M. El contenido del programa es variado y en general trata de los siguientes aspectos: noticias; educación agropecuaria; información de precios o educación comunitaria. Por el poco uso que se hace de este medio, se convino que a mediano plazo se podría emplear éste recurso dentro de las acciones comunicativas del Proyecto. A través de entrevistas informales con mujeres campesinas, se detectó el liderazgo ejercido por el sacerdote, los maestros de las escuelas y por los miembros de las Juntas Directivas de las organizaciones de los agricultores.

- La Junta de Asociaciones de El Cercado, celebra su reunión ordinaria, el primer lunes de cada mes. Las asociaciones de agricultores de las comunidades cubiertas por el Proyecto efectúan una reunión cada semana así:

Comunidad	Día	Hora	Lugar
La Guama y La Jaguita	Domingo	9:00 AM	Sede Junta La Guama
El Palmar, El Quemao	Domingo	10:00 AM	(Escuela)
El Majagual, El Capacito	Viernes	4:00 PM	Sede Junta El Majagual

- Las reuniones y entrevistas efectuadas en cada una de las comunidades, permitieron detectar una actitud muy favorable hacia el Proyecto.

  Algunas comunidades que no fueron incluidas en el Proyecto en su fase inicial, manifestaron su inconformidad a través de la Junta de Agricultores, pero luego de las explicaciones dadas en el sentido de que se trataba de una fase experimental inicial y de su posterior replicación en otras zonas no se observó inconveniente.

- En El Cercado, funciona un centro maternal infantil, dependiente de la Secretaría de Salud Pública y Asistencia Social, al cual afluyen pacientes del área de influencia del Proyecto y de otras áreas. La Secretaría cuenta con supervisores de salud en las comunidades de El Palmar y La Guama. Estos supervisores mostraron una actitud muy favorable hacia el Proyecto y constituyen un excelente enlace con las comunidades.

- Otros medios de comunicación disponibles para ser empleados en Proyecto son:

  Murales. Conjuntamente con la Oficina Regional Divulgación Técnica de la SEA, se elabora clichés sobre mensajes contemplados en el plan de comunicaciones, utilizando al máximo dibujos y fotografías.

  Vallas. En las actividades promotivas del Proyecto, se hará uso de este recurso. La Oficina Regional de Divulgación Técnica de la SEA, está en capacidad de producir éstos materiales.

  La Oficina de Divulgación Técnica de la SEA, en Santo Domingo, cuenta con los equipos necesarios para la producción de sonovisos,

afiches, cartillas, folletos y hojas divulgativas.

OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE CAMPROMER A NIVEL DE LAS COMUNIDADES DE EL CERCADO

Motivar a las comunidades involucradas en el Proyecto para que participen activamente en la planeación, ejecución y evaluación de las actividades de CAMPROMER.

Promover la producción, consumo y comercialización de alimentos nutritivos a través de la capacitación de la mujer campesina, sobre la relación: alimentación-nutrición.

Contribuir a la producción, consumo y comercialización de productos hortícolas en las comunidades de El Majagual, El Capacito y El Palmar a través de la capacitación de la mujer campesina de esas comunidades.

Contribuir con el plan de capacitación en el desarrollo, habilidades y destrezas en la mujer campesina, para que participe activamente en la producción, consumo y comercialización de otros productos agrícolas seleccionados para suplir las deficiencias nutricionales: habichuela, guandul, maíz, yuca y plátano.

Motivar la solución de la falta de consumo de proteína de origen animal de la familia a través de la capacitación de la mujer campesina, para que desarrolle una explotación avícola de doble fin (huevo y carne).

Motivar a la mujer campesina para que se interese en la explotación cunícola como una futura fuente de proteína animal para los habitantes de la zona.

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

Los medios masivos a utilizarse tendrían los siguientes objetivos:

1. Utilizar los medios de comunicación masiva para motivar a las comunidades hacia la participación en actividades de producción y consumo de alimentos básicos.

2. Promover la utilización de medios de comunicación, como la radio, para la capacitación de la mujer campesina en área de producción y consumo de alimentos nutritivos.

3. Seleccionar estrategias de uso de medios masivos para lograr una mayor cobertura y mayor uso de esos medios.

Estrategias

Los medios a utilizarse deberán llevar mensajes que tengan los siguientes requisitos:

No crear falsas expectativas que produzcan frustración en la audiencia beneficiaria.

No crear necesidades en la población que las organizaciones responsables no sean capaces de satisfacer.

Los mensajes informativos que promuevan la producción y consumo de alimentos nutritivos.

Mensajes claros y concisos que capaciten a la audiencia para desarrollar destrezas en producción, manejo e higiene de los alimentos.

Evaluación

Harán mediciones en cuanto a:

a. Aumento de cobertura.

b. Impacto en la población alcanzada.

c. Cambio de actitudes.

d. Ganancia de conocimientos.

Para medir estos logros se utilizarán visitas, observaciones directa, entrevistas, seminarios, etc...

MENSAJES

De acuerdo con los objetivos del plan de comunicaciones, los mensajes deben versar sobre los siguientes aspectos: 1) Promoción del Proyecto; 2) alimentación-nutrición; 3) hortalizas; 4) productos básicos de la zona; 5) explotación avícola y 6) explotación cunícola. Los principales temas a tratar dentro de cada aspecto son:

Promoción del Proyecto

- ¿Qué es CAMPROMER?
- ¿Cómo Surgió CAMPROMER?
- ¿Qué Busca CAMPROMER?
- ¿Dónde Opera CAMPROMER?

Alimentación-Nutrición

Identificación desnutrición-signos.

Causas desnutrición.

Consecuencias de la desnutrición.

Hábitos alimentarios-creencias.

Nutrición en los niños.

Nutrición durante el embarazo.

Nutrición durante la lactancia.

Hortalizas

Producción Hortícola

- Importancia de las hortalizas.
- Tipos de cultivos.
- Recomendaciones técnicas por cultivo.
- Establecimiento del huerto.
- Manejo del huerto.

  (Comunidades con riego disponible).

Consumo

- Formas de consumo.
- Formas de preparación.
- Formas de conservación.

Comercialización

- Dentro de la comunidad.
- Entre las comunidades del Proyecto.
- Fuera de las comunidades del Proyecto.

Productos Básicos: Habichuela, guandul, maíz, yuca y plátano.

Producción

- Necesidad de mayor producción.
- Recomendaciones técnicas por "arreglo".

Consumo

- Deficiencias nutricionales: Necesidad de mayor consumo.
- Formas de preparación.
- Formas de conservación.

Comercialización

- Dentro de la comunidad.
- Entre comunidades del Proyecto.
- Fuera de las comunidades del Proyecto.

Explotación Avícola

Producción

- Instalación de "Casetas o Galpones".
- Sanidad.
- Alimentación.
- Postura.

Promoción al consumo de huevos y carne.

Explotación Cunícola

(Motivación)

Producción

- Construcción de conejeras.
- Higiene.
- Reproducción.

Consumo

Comercialización.

Los contenidos deben ser desglosados por el técnico correspondiente.

AREAS

El plan de comunicaciones será implementado en el Municipio de El Cercado, de la Provincia de San Juan de la Maguana y especialmente en las siguientes comunidades: El Capacito, La Guama, El Majagual, El Palmar, El Quemao y La Jaguita.

AUDIENCIAS

Los públicos con los cuales se adelantará el plan de comunicaciones a nivel de la comunidades serán:

- 178 familias, que constituyen la base del programa*.

---

*En ocho de éstas familias no se encuentra la mujer compañera del jefe de hogar, debido a diferentes factores. De igual manera 17 de las 178 familias no cuentan con el padre como jefe de hogar.

- Líderes de las comunidades (sacerdotes, maestros rurales, directivos de la Junta de Agricultores, directivos de las Asociaciones de Mujeres Campesinas).

- Entidades Regionales, y/o Locales:

Banco Agrícola	:	Servicios Crediticios
INESPRE	:	Comercialización
IDECOOP	:	Cooperativas
IAD	:	Asentamiento Campesinos
INDRHI	:	Regulación, control y mantenimiento del riego
SEA	:	Asistencia técnica; distribución material; siembra; extensión agrícola; organización rural; mecanización e investigación.

MEDIOS

La selección de los medios de comunicación a emplear en éste plan está basada en los resultados del diagnóstico en comunicaciones y principalmente en las preferencias de la comunidad acerca de la forma como desean que se les comunique los mensajes.

A continuación se descriminan los tipos de medios a usar según sea el propósito, público, mensajes y recursos.

Propósito	Mensajes	Públicos	Medios de Comunicación
Promoción del Proyecto	Ver Sección 4	Líderes Asociación Agricultores.	Entrevistas Personales
		Líderes Asociación Mujeres Campesinas	Reuniones-Ayudas Visuales Folleto
		Sacerdote Maestros Rurales Promotores de Salud.	Entrevistas Personales Reuniones Visitas a las escuelas Folleto
		178 Familias Campesinas.	Líderes Agricultores: Líderes Asociaciones de Mujeres Campesinas - Sacerdote - Maestros - Técnicas de base - Reuniones: Ayuda Visuales. - Series proyectables - Unidad Móvil - Vallas - Mural - Parcelas demostrativas - Afiches (Anexos)
		Otras Entidades	- Reuniones - Folleto - Sonoviso (Audio-Visual) - Boletín

Capacitar Mujer Alimentación-Nutrición	178 Familias de las seis Comunidades.	- Visita a finca - Reuniones (Ayuda Visuales) - Series proyectables - Demostraciones método - Demostraciones de resultado. - Cursillo - Dibujos - Fotografías - Cartilla - Mujer (s) enlace - Feria Exposiciones - Encuentros - Programas Radiales
Motivación y Capacitación en los aspectos relacionados con:		
Producción Hortalizas	Ver Sección 4	74 Familias (Capacito, Majagual, El Palmar).	- Parcelas demostrativas - Demostraciones de método - Demostraciones de resultado - Series proyectables - Cartilla - Cursillo - Giras - Mujer (s) enlace
Consumo Hortalizas	178 Familias	- Reuniones (Ayuda Visuales) - Series proyectables - Mujer (s) enlace - Visita a la finca - Programas Radiales

Comercialización Hortalizas	Ver Sección 4	74 Familias	- Líderes Comunidad - Reuniones (Ayudas Visuales) - Demostraciones de método (Formas de presentación de productos). - Giras
Motivación y Capacitación en:			
Producción			
Renglones Básicos			
- Capacitar mujer/flia. Producción Habichuela	Técnicas Cultivo	178 Familias- Enfasis en El Quemao y El Palmar.	- Visitas a la finca - Cursillo - Series proyectables - Demostración de métodos
- Capacitar mujer/flia. Producción Guandul	'' ''	178 Familias Enfasis en Majagual y El Quemao.	- Reuniones (Ayuda Visuales)
- Capacitar mujer/flia. Producción Maíz	'' ''	178 Familias Enfasis en El Quemao y La Guama	- Demostración de resultados
- Capacitar mujer/flia. Producción Yuca	'' ''	178 Familias Enfasis en El Quemao y El Majagual.	- Mujer (s) enlace
- Capacitar mujer/flia. Producción Plátano	'' ''	178 Familias Enfasis en El Quemao y El Palmar.	- Giras

Consumo

Renglones Básicos

Habichuela	- Hábitos Alimentarios - Déficit nutricional	178 Familias	Reuniones Demostraciones de método.
	- Calidad de la habichuela. - Destino actual producción - Alternativas preparación - Conservación	Enfasis	- Murales - Líderes comunidad - Unidad Móvil - Programas Radiales
Guandul	- Hábitos Alimentarios - Déficit nutricional - Calidad del Guandul	178 Familias	- Series Proyectables - Programas Radiales - Cursillo (Ayuda Visuales).
	- Destino actual producción - Alternativas de preparación. - Conservación	Enfasis	- Mujer(s) enlace - Intercambios Comunitarios.
Maíz	- El maíz como base de la dieta familiar - Déficit nutricional - Calidad del maíz - Destino actual producción. - Alternativas de preparación. - Conservación	178 Familias	- Programa Radiales

Plátano y Yuca	- Hábitos de consumo - Déficit nutricional - Necesidad de mayor consumo. - Alternativas de preparación.	178 Familias	- Programas Radiales
Comercialización Productos Básicos	- A nivel de la comunidad. - Entre comunidades - Fuera de comunidades.	178 Familias	- Líderes comunidad - Reuniones - Junta de Agricultores - Otras Entidades (INESPRE, IDECOOP). - Programas radiales.
Motivación y Capacitación en:			
Producción Explotación Avícola.	- Instalaciones - Sanidad - Alimentación - Producción	178 Familias	- Galpones demostrativos - Demostraciones de método. - Reuniones (Ayuda Visuales). - Giras - Cartilla - Visitas a finca - "Mujeres enlace" - Serie proyectable. - Programas radiales.

ESTRATEGIA O PLAN DE ACCION

Los resultados del diagnóstico en comunicaciones muestran claramente que la situación de las comunidades atendidas por el Proyecto es bastante heterogénea no sólo en cuanto a las características de la población (alfabetismo, escolaridad, ocupación, preferencias), sino también, en relación con algunas variables como disponibilidad de riego.

De otra parte, algunos contenidos de los mensajes del plan de comunicaciones, constituyen innovaciones para la comunidad: Cría de conejos, producción de hortalizas, mientras que otros son recomendaciones no desconocidas totalmente por los públicos a los cuales se desea cubrir con el plan: Técnicas para cultivar habichuela, guandul, maíz, plátano, yuca y manejo de aves.

Así como en los casos anteriores, podrían detallarse más diferencias entre las comunidades si se analizan otros factores. El hecho de existir estas diferencias conlleva necesariamente a planear el empleo de una estrategia que considere tales diferencias y que desde luego esté fundamentada en los objetivos del Proyecto.

Por lo anterior, a nivel general, el plan de comunicaciones se inició desarrollando una actividad de tipo motivacional y luego de tipo educativo.

En el aspecto de motivación se busca promocionar el Proyecto y fomentar la participación de la comunidad en el mismo con miras a despertar interés acerca de tres aspectos esenciales: Existencia de la desnutrición; la desnutrición afecta a la familia y tipo de alternativas que pueden solucionar o cuando a reducir el problema de la desnutrición. En ésta etapa, y en las subsiguientes, la mujer campesina será el foco central de las acciones comunicativas y se buscará que con su participación activa se logre el desarrollo de una actitud favorable hacia la

ACTIVIDAD*	OBJETIVOS
1. Entrevistas con Directivos de la Junta de Agricultores.	Promoción del Proyecto y establecer contacto inicial sobre participación de la comunidad en el mismo.
2. Reunión con la Junta de Agricultores.	" "
3. Entrevistas con agricultores y mujeres campesinas de las comunidades cubiertas por el Proyecto.	" "
4. Entrevistas con líderes formales como el Sacerdote y los maestros rurales.	Informar sobre el Proyecto, promover la participación en el mismo en los aspectos de promoción principalmente.
5. Entrevistas con los promotores de salud.	" "
6. Inauguración de la fase ejecutoria del Proyecto.	Promocionar el Proyecto y dar inicio a las actividades del mismo que tienen que ver directamente con la comunidad. Presentación del equipo técnico de base.
7. Promoción y realización de una reunión con mujeres campesinas de cada una de las comunidades involucradas en el Proyecto.	Promocionar el Proyecto; presentar algunos resultados del diagnóstico general de cada comunidad y acordar las fechas de realización del taller en el cual se concretará el Programa de Acción en cada comunidad.
8. Planeación y ejecución del taller con cada una de las comunidades.	Definir el Programa de Acción en cada comunidad. - Enfasis en actividades demostrativas. - Necesidades de evaluación.
9. Programas radiales dirigidos a la comunidad en general.	Informar y educar a la población sobre contenidos de nutrición, producción.

*Se descriminan únicamente las actividades relacionadas con la implementación del plan de comunicaciones. Nótese también que se describe la actividad central, la cual en la práctica está apoyada por otra serie de actividades específicas, que no se consideró necesario detallar.

necesidad de producir y consumir alimentos nutritivos que contribuyan a disminuir la desnutrición.

Para la motivación se promocionarán inicialmente las siembras de hortalizas en las comunidades de: El Palmar; El Capacito y El Majagual, donde se dispone de riego.

En las comunidades de La Guama y La Jaguita, se estudiará la posibilidad de instalar pozos de zarandeo, ya que estas comunidades no disponen de agua, pero mediante observación de los técnicos se ha comprobado que existe gran potencial acuifero a poca profundidad.

Esta actividad se realizará como parte de la promoción al Proyecto y de lograrse esta o dos comunidades se integrarían al sub-proyecto hortícola.

A nivel particular se espera desarrollar conjuntamente con la comunidad una serie de estrategias de trabajo que favorezcan la capacitación de la mujer en los aspectos de producción, consumo y comercialización de los productos básicos.

Las técnicas educativas que se implementen en el plan, será evaluadas con el objeto de establecer su efectividad conforme a lo establecido en el Proyecto "CAMPROMER".

En la fase inicial, la estrategia contempla el desarrollo de las siguientes actividades:

PLANEACION Y ESTABLECIMIENTO DE LOS HUERTOS DEMOSTRATIVOS*

10. Organización de la demostración de método para el establecimiento de canteros de hortalizas**	Contribuir a promocionar el Proyecto e iniciar la capacitación de las mujeres campesinas de las comunidades que disponen de riego (El Majagual, El Palmar y El Capacito) sobre la forma de establecer canteros para producir hortalizas
11. Realización de la demostración de método para establecimiento de canteros de hortalizas (El Palmar, El Capacito y El Majagual).	Específicamente se busca: - Mejorar los niveles de conocimientos de las mujeres campesinas sobre la desnutrición, causas y consecuencias. - Mejorar los niveles de conocimientos de las mujeres campesinas sobre la importancia de las hortalizas en la alimentación. - Mejorar los niveles de conocimientos de las mujeres campesinas sobre el establecimiento de canteros. - Generar actitudes favorables hacia el establecimiento de canteros en sus conucos. - Desarrollar habilidades y destrezas en la mujer campesina para que aprenda a construir canteros. - Disponer de material básico para trabajar con otros medios de comunicación.
12. Evaluación de la Actividad 10.	- Determinar los niveles de conocimiento antes y después de la demostración sobre los aspectos tratados.

*Los contenidos específicos de los mensajes de comunicar dentro de ésta actividad está a cargo del especialista en el área agronómica.

**Conjuntamente con las comunidades, se decide la organización de éstos eventos. (Lugar, día, horas).

- Determinar si se logró desarrollar una actitud favora - ble hacia el establecimiento de canteros.
- Detectar si las mujeres que participaron en la demostración estan en capacidad (habilidad o destrezas) para construir los canteros.
- Hacer un seguimiento sobre el empleo de las recomenda - ciones a nivel de cada familia.

PLANEACION Y ESTABLECIMIENTO DE LAS CONEJERAS DEMOSTRATIVAS*

13. Organización de la demostración de método sobre establecimiento de conejeras.

Promocionar el Proyecto e ini - ciar la motivación de las mujeres campesinas de las comunidades de: El Quemao, La Jaguita, y La Guama, para que se interesen en la explotación cunícola como fuente de proteína animal.

14. Ejecución de la demostración de método sobre establecimiento de conejeras.

En concreto busca:

- Mejorar los niveles de conocimientos de las mujeres campesinas sobre la desnutrición causas y consecuencias.
- Crear interés acerca de la importancia de la carne de conejo como alimento
- Desarrollar una actitud favorable hacia el establecimiento de conejeras.
- Iniciar las multiplicación de los piés de cría con el objeto de contar con un mayor número de animales para cubrir más familias.
- Disponer de información básica para la preparación de otras actividades de comunicación.

*La definición de los contenidos de éstos mensajes corresponden a los Especialistas en Producción del Proyecto.

15. Evaluación de la Actividad 14.	- Determinar los niveles de conocimientos sobre los aspectos tratados en la demostración. - Determinar la actitud de la mujer campesina hacia el consumo de la carne de conejo. - Establecer la actitud de la mujer campesina hacia el establecimiento de las conejeras. - Determinar la efectividad del sistema empleado para contar con material (animales) para otros conucos.
16. Planeación y Establecimiento de las Explotaciones Avícolas Demostrativas. Organización de la demostración de método sobre construcción de la caseta o galpón.	- Promocionar el Proyecto e iniciar la capacitación de las mujeres campesinas involucradas directamente en el Proyecto en el manejo de las pollitas para la producción de huevos y carne. Específicamente se busca:
17. Realización de la demostración de método sobre construcción de la caseta o galpón.	- Motivar a la mujer campesina para que se interese en la producción de huevos y carne de gallina a nivel del conuco. - Iniciar la capacitación de la mujer en los aspectos de manejo de las aves y específicamente en lo relacionado con la construcción de la caseta o galpón. - Contar con información básica para preparar otras actividades de comunicación.
18. Evaluación de la Actividad 16.	- Determinar a la actitud de la mujer campesina hacia la producción de huevos y carne a nivel de conuco. - Detectar la predisposición de las mujeres campesinas para la construcción de la caseta o galpón en su conuco.

- Establecer los cambios de conocimiento acerca de manejo de las aves y en especial sobre la construcción de la caseta o galpón.
- Determinar si se logró desarrollar las habilidades o destrezas necesarias para construir la caseta o galpón.
- Hacer un seguimiento acerca de la construcción del galpón en sus respectivos conucos.

19. Otras Actividades.

Capacitación en Producción habichuela*
" " guandul
" " maíz
" " plátano
" " yuca

Promoción al Consumo de habichuela**
" " guandul
" " maíz
" " plátano
" " yuca

Para realizar las actividades antes descritas se utilizarán medios masivos, medios grupales y acción interpersonal que permitan la capacitación en producción y promoción en consumo de alimentos.

---

*Estas actividades estan sujetas a la disponibilidad de recomendaciones técnicas probadas en la zona.

**El consumo de productos básicos tendrá el carácter de actividad comunicativa permanente a través de los canales que se ha previsto (Sección 7).

Como se anotó con anterioridad a medida que se implementan las actividades anteriores, se espera la generación de una serie de mecanismos como por ejemplo, la creación de Comités de Trabajo para el establecimiento de huertos; manejo de aves y explotación de conejos. De igual manera se espera que la misma comunidad desarrolle sus propios procedimientos para fomentar el mayor consumo de los productos básicos como habichuela, guandul, maíz, yuca y plátano como fruto de la motivación y capacitación a través de los canales de comunicación que se ha previsto usar en el plan.

En todos los casos, el personal del Proyecto deberá llevar un registro adecuado de éstas situaciones con miras a evaluar las técnicas más apropiadas conforme se ha propuesto "CAMPROMER".

FECHA DE DEVOLUCION

Plan de acción, capacitación y comunicación CAMPROMER

Autor

Título

Fecha Devolución	Nombre del solicitante