



## Plan de Difusión y Promoción 2018

AGARED- Red Temática Mexicana Aprovechamiento Integral Sustentable y Biotecnología de los Agaves

Escrito por LGC. Sandra Villarreal- Gestión del proyecto

Para uso interno exclusivo de la AGARED

---

### Introducción:

El presente documento define las estrategias de difusión que se plantearon en la campaña AGARED 2018, con el fin de tener mayor presencia de diferentes maneras tanto por medio actividades, productos de divulgación, posicionamiento en redes, entre otros.

En una segunda parte (punto número 9) se colocan los logros obtenidos en esta edición a manera de resumen y que se podrán consultar en las series de carpetas referidas en el M4. Difusión, del Informe Técnico AGARED 2018.

### 1. Objetivos:

- Brindar información a la sociedad académica, agrícola, productora y sociedad en general de los objetivos y alcances de la AGARED y sus formas de adscripción y colaboración, a través de presencia en eventos de promoción, académicos, de formación, medios electrónicos y otros.
- Divulgar los resultados obtenidos y acciones realizadas en la gestión de la AGARED en su fase anterior a través del informe técnico final (en página web) a los miembros integrantes, así como los acciones de seguimiento en su edición 2018.
- Realizar una comunicación eficaz, transparente y digerible a toda la sociedad sobre las bondades que tiene el AGAVE en términos de sustentabilidad, aprovechamiento, biotecnología, así como la importancia que tiene en ámbitos sociales y culturales a través de usos y costumbres.
- Generar materiales gráficos, visuales y audiovisuales, que ayuden a comunicar de manera eficaz los mensajes generados de la AGARED en base a las diferentes temáticas y para las distintas plataformas, ya sea en el contexto de actividades, problemáticas en ciertas regiones, usos y otros.

### 2. Población Objetivo:

- Miembros integrantes AGARED.
- Comunidades agrícolas e industriales que están íntimamente relacionadas con el agave, ya sea desde el ámbito laboral, industrial y/o sociocultural.



- Instancias académicas, gubernamentales, organizaciones, y empresas vinculadas con el tema de agave interesadas en generar acciones de colaboración en beneficio de los sectores productivos.
- Sociedad en general interesada en temas de biodiversidad, patrimonio cultural natural, sustentabilidad, ciencia y tecnología y diversidad de las culturas.

### 3. Ejes del Plan:

- Comunicación Interna
  - I. Comunicar sobre las actividades realizadas en el marco de la edición 2017, por medio del informe técnico en el sitio web y presentaciones de la AGARED 2018.
  - II. Generar una convocatoria para miembros AGARED, para el envío de propuestas para el Plan General de Trabajo 2018, que estén enmarcadas en actividades académicas, de vinculación con el sector productivo, movilidad, difusión de proyectos, foros y otros relacionados con las temáticas AGARED, para ser evaluadas por el Comité Técnico Académico y ejecutadas en esta edición.
  - III. Comunicar a los miembros integrantes las propuestas elegidas por el CTA, de acuerdo a la pertinencia, presupuesto solicitado y coyuntura temática.
  - IV. Comunicar al interior de la red la serie de actividades programadas para dicha etapa (en términos académicos, de vinculación, internacionalización, legalización, procuración de fondos y difusión), así como los diferentes datos de contacto de responsables de actividades, fechas, objetivos, etc.
  - V. Realizar una convocatoria para miembros integrantes para participar en la 5ª Reunión Nacional AGARED (a realizarse en Oaxaca, Oaxaca en el mes de noviembre 2018), donde se pretende dar seguimiento a los trabajos realizados en ediciones anteriores de este evento, con miras a generar proyectos interinstitucionales y multidisciplinarios y que de manera integral resuelvan problemas o necesidades del sector social, productivo y/o académico.
  - VI. Socializar con el Comité Técnico Académico las funciones de los diferentes responsables de módulos respecto a las actividades y entregables comprometidos según la propuesta del responsable técnico y en base a metas y compromisos.
  - VII. Generar reuniones generales con el CTA difusión y con asesores externos (redes sociales, programador web, diseñador, etc.) para revisar los objetivos del plan de difusión a fin de establecer dinámicas de comunicación y propuestas de mejora.
  - VIII. Recuperar los artículos de difusión de miembros integrantes AGARED y otros testigos de esta campaña de promoción y difusión.



- IX. Recuper las relatorias y documentos resultantes de cada una de las actividades en términos de difusión (relatoria, registro visual y audiovisual, etc.).
- X. Socializar con los miembros integrantes AGARED los resultados de las diferentes actividades generadas durante la edición 2018, así como miras de seguimiento, ya sea por mailing o a través del informe técnico 2018 que estará disponible en la sitio web oficial de la RED.

■ Comunicación Externa

- I. Realización de encuestas de salida a seguidores en plataformas sociales, para identificar temas de interés, tipos de productos que esperan sean difundidos por la RED, formas en que esperan se muestre la información y otros que apoyen en hacer más efectiva la comunicación y la dirección de mensajes.
- II. Establecer un programa para la inclusión de nuevos miembros en términos académicos, de industria, internacionalización, entre otros, haciendo énfasis en la formas de adscripción que tiene la AGARED, así como sus alcances.
- III. Realización de talleres donde de manera directa, miembros integrantes AGARED y especialistas en diferentes temas, den capacitación a productores tanto en temas de plagas en agaves y formas de combatirlas, destilados de agave, normatividad, estandarización de procesos, entre otros temas de interés de cada población y región.
- IV. Participación de miembros integrantes en eventos, para presentar las acciones que realiza la RED, sus misión de ser, objetivos y actividades y productos realizados y por realizar.
- V. Distribución y exposición de materiales (trípticos, cápsulas, videos) en diferentes eventos AGARED, así como el envío a ciertas instancias interesadas en colaboración con la RED.
- VI. Realización de calendario de actividades relacionadas con el tema del agave para tener presencia de marca, propaganda de trípticos, en eventos relacionados afines a los ejes de la RED.
- VII. Participación de miembros del CTA en la reunión de redes Conacyt, así como otros espacios especializados en temas de agave y sus derivados.

■ Medios masivos de comunicación

- I. Realización de productos de comunicación (cápsulas, videos, infografías, entre otros) para redes sociales (Youtube, Instagram, Facebook) y sitio web oficial.
- II. Generación de materiales para difusión de actividades (banners, programas, constancias) e impresión de materiales promocionales con logo de la RED para tener presencia en los diferentes eventos organizados por la RED y los realizados en colaboración.



- III. Elaboración de artículos de difusión en revistas especializadas en temas de agave, por medio de miembros especialistas en agave.
- IV. Intercambio de difusión con otras redes por medio de nuestras páginas web.
- V. Realización de boletines de prensa para envíos a medios de comunicación buscando la cobertura de actividades.
- VI. Actualización y mantenimiento de página web (catálogo de investigadores actualizado, noticias, videos y cápsulas).
- VII. Mantenimiento de la estrategia en redes sociales (búsqueda de nuevos usuarios, estudio de públicos, actualización de contenidos, entre otros).
- VIII. Edición de entrevistas audiovisuales de miembros integrantes AGARED.

#### 4. Unidad de Difusión- Miembros y Funciones a cargo

- *Coordinador de difusión/Gestor del proyecto- Sandra Villarreal*
  - I. Diseña la estrategia de difusión y la socializa con los miembros del CTA Difusión, a fin de retroalimentar los parámetros y ejes fundamentales para la realización y buen funcionamiento de la campaña y plan de difusión y promoción.
  - II. Mantiene activa la comunicación interna y externa a fin de dar a conocer los objetivos, misión, razón de ser y otros de la AGARED a los distintos sectores (integrantes, socios, empresarios, productores, etc)
  - III. Coordina todos los productos a generarse con apoyo del CTA, así como miembros externos contratados para servicios requeridos en el plan de difusión.
  - IV. Asigna tareas a responsables de áreas y da seguimiento de los distintos productos a realizarse, hasta la liberación de éstos en sus diferentes plataformas.
  - V. Da visto bueno de los diferentes productos para su difusión, cuidando que cumplan con los lineamientos del manual de identidad AGARED, en el caso de los gráficos, y con la narrativa y ritmo adecuado, en el caso de los productos audiovisuales.
- *Jefe de contenidos (miembro CTA)- Dr. José de Jesús Hernández*
  - I. En conjunto con el coordinador de difusión propone los contenidos de los cuales se desprenderán los productos generados de la AGARED y da pauta de los contenidos a generarse en redes sociales.
  - II. Otorga material bibliográfico, textos, artículos, notas, u otros necesarios de donde podrán extraerse información para la generación de contenidos.
  - III. Asesora de manera directa a personal contratado y al gestor del proyecto, a fin de proporcionar datos fidedignos para la difusión de los mismos.



- IV. Proporciona datos concretos en los temas eje, para la realización de los distintos productos.
  - V. Establece temas coyunturales.
  - VI. En conjunto con el coordinador de difusión revisa los productos que habrán de subirse a la página web y a redes sociales a fin de que la información sea correcta y fidedigna.
- *Programador Web/ Comunity Manager (externo)*
- I. Mantiene activa la información de la página web en coordinación con el jefe de contenidos y el coordinador de difusión.
  - II. Hace adecuaciones al diseño y estructura de la página web de acuerdo a necesidades presentadas en esta fase.
  - III. Propone la estrategia de comunicación en términos de redes sociales y realiza los distintos productos (infografías, videos, etc.), para un el público al que va dirigida esta plataforma.
  - IV. Da seguimiento a la campaña de FB en términos de audiencia y seguimiento de audiencia.
  - V. Mantiene activas las redes sociales y socializa la página de FB en otras páginas que puedan ser de interés o vinculación.
  - VI. Canaliza las preguntas especializadas que llegan por medio de dichas plataformas al coordinador de difusión o al área correspondiente.
  - VII. Genera dinámicas de participación en redes sociales, para incentivar la participación de los seguidores.
  - VIII. Genera una propuesta visual, así como un cronograma de trabajo, con sus diferentes requerimientos de contenido en tiempo y forma.
  - IX. Adapta los diferentes contenidos de la RED en un lenguaje digerible y claro para el público no especializado.
  - X. Atiende a las indicaciones del coordinador de difusión, en términos de mensajes a difundir y los establecidos por el jefe de contenidos.
- *Diseñador Gráfico (externo)*
- I. Diseña los diferentes productos de promoción de la RED (banners, trípticos, boletines, fichas de agave, diseño editorial, catálogo de investigadores) partiendo de las bases establecidas en el manual de uso de imagen y de las distintas necesidades de difusión que tiene la RED, así como parámetros que le indique el coordinador de promoción.
  - II. Se asegura de mantener el estilo y usos de los logotipos en los diferentes productos y otros requeridos para actividades de difusión y promoción.



- III. En caso de requerirse genera los diferentes productos dirigidos a prensa en la medida establecida por el medio y las características específicas.

#### 5. Fases del Plan:

- Elaboración de estrategia y plan de difusión y promoción
  - I. Realización de la propuesta preliminar y presentación al CTA Difusión, en base a la evaluación del proyecto y logros obtenidos de su fase anterior.
  - II. Realización y aplicación de encuesta de salida a público en general y seguidores de plataformas de la red, referente a temas de interés, formas en que se presenta la información, tipos de elementos, entre otros.
  - III. Realización y aplicación de la encuesta al sector productivo para la generación de fichas de miembros industria AGARED.
  - IV. Definición de secciones nuevas a abordarse en la red: entrevistas, fichas de miembros de la red y fichas de agave (representando algunas de las diferentes especies que se encuentran en nuestro país)
  - V. Definición de mensajes a difundirse en base a encuesta, y en relación a las actividades y los temas que retomarán cada una de ellas (ejem. bacanora, plagas en agaves, raicilla, maguey forestal, etc).
  - VI. Generación del cronograma de actividades con productos esperados.
  - VII. Asignación de tareas en base a contenidos y mensajes.
  
- Ejecución de la estrategia y plan de difusión y promoción
  - I. Comunicación Interna (miembros integrantes AGARED).
  - II. Comunicación Externa (Instancias gubernamentales, iniciativa privada, centros públicos y privados, programas y proyectos, instancias académicas, organizaciones civiles, ONG's, sociedad en general).
  - III. Comunicación en medios de comunicación de la RED y otros.
  
- Seguimiento y evaluación del plan de difusión y promoción
  - I. Revisión semanal de metas, alcances y objetivos del plan de difusión.
  - II. Generación de propuesta de seguimiento en base a cronograma establecido.
  - III. Indicadores de personas alcanzadas (redes sociales, número de visitas en página web, descargas de libros, etc.).
  - IV. Evaluación de logros e impacto alcanzado y propuesta de seguimiento, como parte del informe técnico final Conacyt.



## 6. Estrategia del Plan

La estrategia de este plan está basada en las siguientes rutas:

- Desarrollo de materiales escritos para comunicación interna.
- Desarrollo de materiales escritos y gráficos, para comunicación externa.
- Desarrollo de temas y mensajes a difundir en redes sociales.
- Definición de responsables de tareas y actividades.
- Recuperación de materiales para actualización de la página web.
- Desarrollo de materiales audiovisuales y sonoros.
- Edición de entrevistas de miembros AGARED.
- Generación de artículos de divulgación que enmarquen el trabajo de la red, los agaves y sus derivados.
- Presencia de marca en eventos.
- Presencia en talleres para el sector productivo en diferentes estados del país, organizados por la RED o en colaboración.
- Registro visual y audiovisual de actividades AGARED.
- Distribución de trípticos en eventos y miembros.
- Recuperación de materiales y testigos para informe técnico final.

## 7. Seguimiento

- Recuperación de testigos de eventos AGARED y relatorias de los mismos, para difundirlos tanto a la comunidad académica como al público en general.
- Impacto en redes sociales y visualizaciones en página web, así como tipos de consultas y seguimiento de éstas.
- Impacto en número de nuevos miembros adscritos.

## 8. Algunos productos y mensajes a difundir:

- ✓ Convocatoria a participar en acciones del Plan General de Trabajo 2018.
- ✓ Actividades AGARED (por medio de correo, redes sociales, página web, etc)
- ✓ Encuesta de salida para sociedad en general e industria
- ✓ Diferentes especies de agave en México
- ✓ Bacanora
- ✓ Plagas más comunes en los agaves
- ✓ Perfiles de investigadores reconocidos y miembros AGARED
- ✓ Perfiles de industria AGARED, con productos y servicios que ofrecen
- ✓ Oaxaca, capital del mezcal
- ✓ Derivados del agave



## 9. Principales acciones realizadas

(consultar <http://www.agared.org/informe-2018> en M4- Difusión y sus diferentes subcarpetas).

- **Presencia en eventos**
  - **XI Congreso Nacional Agroindustrial, Alimentario y Biotecnológico** organizado por la Universidad Tecnológica de Tacamachalco, se realizó la presentación de la AGARED y una ponencia con el tema "No-Saccharomyces: nuevas levaduras de interés para las fermentaciones industriales de jugo de agave".
  - **1er Simposio Nacional de Raicilla**. En el marco de este evento también se realizó la presentación de la AGARED, mostrando al sector productivo de esta bebida destilada, los principales avances y logros obtenidos y formas de adscripción.
- **Actualización de página web**
  - Se coloca en la carpeta **M4. Difusión - 4.3 Actualización página web**, un informe resultado de la estrategia de difusión para esta plataforma.
- **Estrategia en redes sociales**
  - Se coloca en la carpeta **M4. Difusión - 4.4 Estrategia en redes sociales**, un informe resultado de la estrategia de difusión para estas plataformas.
- **Artículos de divulgación**
  - En la carpeta **M4. Difusión - 4.5 Artículos de divulgación** se coloca evidencia de los 11 artículos de divulgación generados por miembros investigadores AGARED (de junio a diciembre de 2018), para la revista especializada en tema de agave, Tecnoagave.
- **Prensa**
  - En la carpeta **M4. Difusión - 4.6 Testigos de prensa**, se evidencian notas referidas a la AGARED o algunas de sus actividades, principalmente la realización de talleres.
- **Entrevistas a Miembros Integrantes AGARED**
  - Parte de la tarea realizada en esta fase fue la edición de entrevistas de miembros AGARED. Se lograron tres entrevistas a profundidad con temas tales como: *Diversidad de agaves en México, Historia del Pulque y Proceso de elaboración del*





*pulque*. Dichas entrevistas se encuentran en su fase de postproducción, para posteriormente pasar a la fase de difusión. En la carpeta **M4. Difusión - 4.7 Entrevistas Miembros Integrantes AGARED** se colocan evidencias de estos productos.

## 10. Conclusiones y propuestas de seguimiento

El trabajo de difusión y promoción requiere una amplia fase tanto de planificación de la estrategia, como de la operación de la misma y seguimiento, por lo que a fin de lograr cumplir en su totalidad las metas propuestas en el Plan de Promoción se hace menester incluir más personal a esta área de trabajo, pues si bien todos los materiales generados son coordinados por una persona, las diferentes fases de cada uno de estos productos requiere a sí mismo su propia revisión y visto bueno hasta su liberación.

Aunado a esto el tiempo de operación del proyecto (aproximadamente seis meses), es una gran limitante para lograr todas las metas propuestas, sin embargo consideramos que esta tarea es de suma importancia tanto para la difusión de la ciencia, como para el acercamiento al sector social. Prueba de ellos se reporta en la estrategia de redes donde se evidencia el gran interés de la población en general acerca del tema (respecto al impacto de las cápsulas informativas sobre agave), y la necesidad de generar más contenidos fidedignos, profundos y apoyándonos de todas estas plataformas que permiten tener un mayor alcance y acceder a diversos públicos.

Una de las acciones que la AGARED plantea, es que la investigación vaya siempre de la mano de la difusión del conocimiento, con un lenguaje digerible y con la misión de acercarse a un nuevo público que aunque no especializado en el tema, vive de manera directa con el agave, ya sea a través de usos y costumbres, o bien, por tratarse de una planta que cultivan o procesan para diferentes bebidas y/o productos.

Consideramos que, en la medida en que la población tiene información y conocimiento del agave, puede hacer un uso más sustentable de la planta, utilizarla de manera conciente, así como aprovechar sus tan amplias bondades, cuidando el equilibrio de sus hábitats.