



Plan de Difusión y Promoción 2017
AGARED- Red Temática Mexicana Aprovechamiento Integral
Sustentable y Biotecnología de los Agaves

Diseñador por LGC. Sandra Villarreal- Gestión del proyecto
Para uso interno exclusivo de la AGARED

Introducción:

El presente documento define en una primera parte y de manera puntual cuáles fueron las estrategias de difusión que se plantearon al inicio de esta fase de la AGARED, para tener mayor presencia tanto por medio de actividades, medios de difusión, productos de divulgación, entre otros.

En una segunda parte muestra cuáles fueron las principales acciones realizadas en la fase del proyecto correspondiente a los meses de agosto-noviembre de 2017.

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, así como las metas perseguidas en esta nueva etapa.
- 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 definidas a abordar en las distintas plataformas.

2. Población Objetivo:

- Miembros integrantes de la red.
- Comunidades agrícolas e industriales que están íntimamente relacionadas con el agave, ya sea desde el ámbito laboral, industrial y/o sociocultural.
- Instancias gubernamentales, organizaciones, y empresas potenciales de financiar el proyecto en su fase 2018.
- Sociedad en general interesada en temas de biodiversidad, patrimonio cultural natural, sustentabilidad, ciencia y tecnología y diversidad de las culturas.
- Lectores, radioescuchas y televidentes de medios de comunicación relacionados con temas de cultural y sociedad, ciencia y tecnología.

3. Ejes del Plan:

- Comunicación Interna
 - I. Comunicar a los integrantes de la red, los objetivos perseguidos en esta fase.
 - II. Socializar las funciones de los diferentes responsables de módulo respecto a las actividades y entregables comprometidos.
 - III. 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.
 - 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).

▪ Comunicación Externa

- I. Establecer un programa para la inclusión de nuevos miembros en términos académicos, de industria, internacionalización, entre otros.
- II. Generar un directorio de posibles interesados en tema de agave (industria, organización civil, académica, iniciativa privada, organizaciones gubernamentales, etc) para invitarlos a incorporarse a la red.
- III. Envío de trípticos a miembros del CTA
- IV. Realización de calendario de actividades relacionadas con el tema del agave para tener presencia de marca, propaganda de trípticos, etc.
- V. Participación de dos 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. Acercamiento a medios de comunicación televisiva y televisión por internet, interesados en la divulgación de la ciencia y la cultural, para solicitar apoyo de difusión cápsulas audiovisuales generadas en 2016.
- II. Realización de productos de comunicación para redes sociales y página web.
- III. Realización de boletines de prensa y gestión de entrevistas en diferentes medios, así como solicitud de coberturas de notas en actividades coordinadas por la red.



- IV. Actualización y mantenimiento de página web (catálogo de investigadores actualizado, noticias, videos y cápsulas, creación de secciones nuevas).
- V. Mantenimiento de la estrategia en redes sociales (búsqueda de nuevos usuarios, estudio de públicos, actualización de contenidos, entre otros).

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 en el caso de los gráficos, y con la narrativa y ritmo adecuado, en el caso de los productos audiovisuales.
 - VI. En coordinación con el CTA y servicios externos gestiona espacios de difusión y divulgación como son prensa, radio, televisión y los necesarios para dar a conocer el proyecto en una mayor escala.



- VII. En coordinación con servicios externos convoca prensa, a los diferentes eventos y talleres generados en la red.
- *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 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, 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.
 - 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, para retroalimentación.
 - II. Definición de Unidad de Promoción y Difusión AGARED.
 - III. Generación de directorios de medios con contactos, en coordinación con el CTA y las diferentes instancias AGARED.
 - IV. Difusión de cápsulas audiovisuales generadas en la fase 2016 en medio de comunicación y redes sociales de la red.
 - V. Definición de contenidos y mensajes a generar en 2017, especificando el público al que va dirigido.
 - VI. Reunión General con equipo de trabajo los diferentes ejes (interno, externo, medios) y socialización de mensajes y contenidos.
 - VII. Cronograma de actividades con productos esperados.
 - VIII. Asignación de tareas en base a contenidos y mensajes.
 - IX. Gestión de entrevistas para las distintas actividades de la red.
- 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, y otras afines).

- III. Comunicación en medios de comunicación de la red y otros.
- Seguimiento y evaluación del plan de difusión y promoción
 - I. Revisión de 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 para comunicación externa.
- Gestión de entrevistas en prensa y otros medios escritos.
- Desarrollo de temas para proponer como mensajes a difundir en redes sociales.
- Definición de proyectos de innovación con impacto social y sustentable de la AGARED.
- Definición de voceros y 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.
- Gestión de espacios en radio, prensa y televisión, así como medios en internet.
- Generación de artículos de divulgación que enmarquen el trabajo de la red, los agaves y sus derivados.
- Presencia de marca en eventos (congreso nacional de agaves, Biotaller, FIL, talleres, reunión nacional y otros).
- Registro visual y audiovisual de actividades AGARED.
- Colocación de AGARED como patrocinador de eventos y gestión de espacios para stand de la red.
- Distribución de trípticos en eventos y miembros.
- Recuperación de materiales para informe técnico final.

7. Programa de uso de medios (en caso de que el plan general de trabajo de la red y el presupuesto lo permita):

- Generación de directorio de medios relacionados con ciencia, tecnología, cultura y sociedad.
- Realizar la gestión de entrevistas y acercamiento a medios.
- Calendario de tour de medios con mensajes a difundir.
- Productos con especificaciones técnicas, duración y medidas (en caso de medios escritos).

8. Seguimiento

- Monitoreo de medios- Recuperación de testigos.
- Impacto en redes sociales y visualizaciones en página web.



9. Asesoría

- Realizar una reunión con la unidad de difusión para definir temáticas y ejes fundamentales a comunicar.
- Buscar una persona externa que nos ayude a realizar el tour de medios y convocar a prensa en las diferentes actividades de la red, principalmente en los talleres.

10. Presupuesto plan de promoción y difusión

- Servicios profesionales para logística y convocatoria de medios (no logrado).
- Servicios de unidad de producción audiovisual para producción en campo (no logrado).
- Contratación de personal para redes sociales, web, diseño gráfico (logrado).
- Pasajes y viáticos de personal de la red y la unidad de difusión para presencia en eventos (logrado)
- Material audiovisual (DVD y estuches, memorias USB) (logrado).
- Papelería (logrado).
- Impresión de banners y otros (logrado).
- Impresión de aplicaciones (logrado).
- Promocionales en eventos (logrado).
- Impresiones de libros AGARED (logrado).
- Programas generales de reuniones y talleres (logrado).

13. Propuestas de productos y mensajes a difundir:

- I. AGARED fase continuidad 2017 (actividades al interior y prospección 2018).
- II. Tipos de agave en México.
- III. Bebidas ancestrales poco conocidas.
- IV. La industria alimenticia y los fructanos.
- V. Cultura del Agave (bebidas, identidad y tradición).



- VI. Oportunidades de acercamiento de la Red a la Industria.
 - VII. Beneficios que tiene el pulque.
 - VIII. Problemáticas que existen en las comunidades agrícolas.
 - IX. Otras reportadas en el informe de redes sociales.
14. Principales acciones realizadas (consultar <http://agared.org/informe-agared-2017> en M4-Difusión y sus diferentes subcarpetas).
- Presencia en eventos
 - **1er Biotaller.** En estos talleres dirigidos al público infantil y coordinados por el CIATEJ en Jalisco, la AGARED participó con la presentación de algunos de los diferentes agaves que se encuentran en México, la diversidad de los suelos donde se desarrollan, los diferentes estados donde se encuentran, así como la importancia del cuidado de ellos, para el bienestar del hábitat de todos los insectos y animales que se desarrollan a partir de estas plantas y con ellas.
 - **1er Congreso Nacional Agave- Mezcal.** Además de realizar una conferencia magistral por parte de la AGARED en este espacio dirigido principalmente al sector académico y productivo de agave, se logró obtener presencia de la red ya que ésta fungió como patrocinadora del evento. Asimismo se realizó la gestión para contar con un stand que permitiera de primera mano dar a conocer la red a diferentes productores, estudiantes e investigadores interesados en el tema, conocer sus principales necesidades, así como intereses de colaboración y por último, dar a conocer de qué manera la red puede ayudarlos partiendo de sus principales problemáticas en los procesos ya sea de cultivo, producción, fermentación, etc. Cabe señalar que uno de los puntos importantes que se retomaron en estas consultas, fue la



falta de agaves silvestres en el campo por el uso desmedido de la industria, por lo que se hace menester generar propuestas que permitan el desarrollo de estas plantas de una manera más sustentable.

- **2do Simposium de agaves pulqueros y derivados.** En colaboración con la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se realizó este evento dirigido a productores de agave pulquero de la region. La AGARED participó presentando parte de los trabajos que se realizan al interior de la red y sus principales logros.
- **Reunión de Redes Temáticas Conacyt.** Como parte de las actividades de redes temáticas se logró asistir a este evento, para dar seguimiento a las diferentes acciones y estrategias de mejora de la operación de redes y su acercamiento con el sector social.
- **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 esta plataforma.
- **Artículos de divulgación**
 - En la carpeta **M4. Difusión - 4.5 Artículos de divulgación** se coloca evidencia de los 28 artículos de divulgación generados por miembros investigadores AGARED en tres principales revistas: Tecnoagave, Revista Oikos 3.0 y Revista Ciencia y Desarrollo.
- **Prensa**
 - En la carpeta **M4. Difusión - 4.6 Testigos de prensa**, se evidencian algunas de las principales notas referidas a la AGARED o algunas de sus actividades, principalmente la realización de talleres y edición del libros.



- **Difusión de materiales audiovisuales**
 - Parte de la tarea realizada en esta fase fue la difusión de cápsulas informativas de la AGARED tanto en redes sociales como con el apoyo de otras instancias como fue el Depto. de prensa de Conacyt. En la carpeta **M4. Difusión - 4.7 Difusión cápsulas AGARED** se muestra el alcance obtenido de estos productos en estas plataformas.
- **Presentaciones de libros AGARED**

Se gestionaron tres espacios que permitieran dar a conocer las publicaciones de la AGARED, los cuales tuvieron diferentes tipos de públicos tanto del sector académico, industrial y público en general, entre ellos:

 - **Aniversario de CIATEJ:** En la carpeta **M4. Difusión- 4.8 Presentaciones de libros- 4.8.1 Aniversario CIATEJ**, se evidencia esta acción.
 - **1er Congreso Nacional de Agave Mezcal:** En la carpeta **M4. Difusión- 4.8 Presentaciones de libros- 4.8.2 1er Congreso Nacional de Agave Mezcal**, se evidencia esta acción.
 - **Feria Internacional del Libro en Guadalajara:** En la carpeta **M4. Difusión- 4.8 Presentaciones de libros- 4.8.3 Feria Internacional del Libro en Guadalajara**, se evidencia esta acción.
- **Entrevistas miembros AGARED**
 - Finalmente se reporta en **M4. Difusión- 4.9 Entrevistas miembros AGARED**, uno de los testigos de radio de Científicos en Línea del Conacyt donde participó el Mtro. Juan Gallardo (Miembro del CTA Ampliado AGARED), así como una entrevista a la Dra. Patricia Larralde (Responsable Módulo Academia), sobre la AGARED y las bondades del Agave en el seminario sobre desarrollo sustentabilidad de zonas áridas.



15. 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.

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, puede hacer un uso más sustentable de la planta, utilizarla de manera conciente, así como aprovechar sus tan amplias bondades, cuidando del equilibrio de sus hábitats.