

# INFORME CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN IV CENSO NACIONAL AGROPECUARIO

## I. INTRODUCCIÓN

La información estadística es de vital importancia tanto para el sector público como para el sector privado. A los gobiernos les permiten cuantificar y proyectar los hechos económicos y sociales, produciendo información que les servirá de insumo para la creación y evaluación de políticas, proyectos y programas en beneficio de la población.

En este sentido, la realización de IV CENSO NACIONAL AGROPECUARIO permitirá al país conocer la actual y real estructura agropecuaria nacional, información necesaria para la elaboración de políticas y la formulación de planes de desarrollo para el sector; así mismo, favorecerá el diseño e implementación de las nuevas estrategias de inclusión social propuestas por el Gobierno.

En este contexto el Plan de Comunicación y Difusión, tuvo como finalidad establecer los lineamientos generales a través de los cuales se ejecutaría la estrategia y las acciones para dar a conocer, de forma gradual, sistemática y descentralizada, las características principales del proceso censal con el propósito de generar confianza e incentivar la participación de todos los actores involucrados: productor agropecuario, autoridades centrales, regionales y locales, empresariado, entre otros.

Asimismo, el Plan contempló un conjunto de acciones, cuyo objetivo era lograr el apoyo de autoridades políticas y administrativas, personalidades de la sociedad civil, gremios y organizaciones del sector, entidades privadas, líderes de opinión, ONGS, colegios profesionales, entre otros que contribuyan al desarrollo de las actividades censales.

Conocidas las características de la población objeto del censo y tomando en cuenta su diversidad (geográfica, cultural, social, económica) se decidió el uso de variados recursos e instrumentos de comunicación, los cuales se agruparon, para facilitar y hacer más efectiva su implementación, en tres campañas simultáneas y complementarias: Campaña de Prensa, Campaña Publicitaria y Campaña de Relaciones Públicas.

Las campañas, que conforman el plan de difusión, tuvieron una planificación central pero se ejecutaron de forma descentralizada, supervisadas permanentemente por el equipo de comunicaciones. Las estrategias y acciones parte de este plan abordaban cuatro áreas de acción específica: Informar-educar, generar competencias, generar alianzas y generar presencia institucional; orientadas a lograr un cambio en la percepción y actitudes del público objetivo. A fin de lograr su colaboración y participación en el IV Censo Nacional Agropecuario.

## II. OBJETIVOS

### 2.1 General

- a. Lograr que los ciudadanos y las ciudadanas, en especial las productoras y productores agropecuarios, estén debidamente informados y sensibilizados sobre la importancia que tiene para el sector la realización del IV Censo Nacional Agropecuario, conozcan sus mecanismos de colaboración y participen activamente en su implementación y desarrollo.

### 2.2 Objetivos Específicos

- a. Población nacional y **productores agropecuarios debidamente informados y sensibilizados sobre la importancia de contar con información estadística actualizada sobre el sector agropecuario** para la adecuada elaboración de políticas públicas, por parte del gobierno nacional y de los gobiernos regionales y locales, para alcanzar su desarrollo y fomentar su inclusión.
- b. Población nacional y **productores agropecuarios conscientes de ser los actores claves** en el desarrollo del IV Censo Nacional Agropecuario, e informados sobre los procedimientos de participación.
- c. Población nacional y productores agropecuarios debidamente informados sobre las funciones y **actividades realizadas por el INEI como ejecutor del IV Censo Nacional Agropecuario a nivel nacional y regional** (Sede central y Oficinas Departamentales)
- d. Sensibilizar a las asociaciones, gremios, instituciones gubernamentales, así como, a las empresas e instituciones privadas y ONGS relacionadas con la actividad agropecuaria, sobre la importancia de formar alianzas y establecer corresponsabilidades en la adecuada preparación y difusión del censo.

## III. PÚBLICO OBJETIVO

### 3.1 Público Primario o central

- Productor Agropecuario

### 3.2 Público Secundario

- Organizaciones Gremiales, Organizaciones no Gubernamentales (ONG)
- Instituciones sin fines de lucro.
- Organismos u Oficinas de Cooperación Internacional
- Colegios Profesionales
- Empresas privadas del Sector.
- Organizaciones de Base.
- Opinión Pública general
- Medios de comunicación