

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER UNA NUEVA
CULTURA DEL AGUA EN LOS USUARIOS
DEL CANAL CEQUIÓN-LAMBAYEQUE**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

ANGELA CESPEDES GIL ARROYO

LUCY CECILIA TAPIA DIAZ

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2022

**PLAN DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER
UNA NUEVA CULTURA DEL AGUA EN LOS USUARIOS
DEL CANAL CEQUIÓN-LAMBAYEQUE**

PRESENTADA POR:

ANGELA CESPEDÉS GIL ARROYO

LUCY CECILIA TAPIA DIAZ

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Karl Friederick Torres Mirez

PRESIDENTE

Milton Francisco Calopiña Avalo
SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
VOCAL

Dedicatoria

Si somos capaces de sembrar hoy, mañana podemos ver frutos.
Un proyecto dedicado a Dios, a nuestros padres y a los agricultores de nuestro departamento.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de la literatura	9
Materiales y métodos	13
Resultados	15
Discusión.....	17
Conclusiones.....	20
Recomendaciones.....	21
Referencias	28

Resumen

La presente investigación titulada *Plan de comunicación para promover una nueva cultura del agua en los usuarios del Canal Cequi6n-Lambayeque* tuvo como objetivos espec6ficos: realizar un diagn6stico de la comunicaci6n y participaci6n que practican las organizaciones de usuarios; establecer los objetivos y las fases del plan de comunicaci6n, as6 como el p6blico objetivo; determinar las actividades, los mensajes y los medios a usar en cada una de las fases del plan de comunicaci6n, que promover6n la participaci6n en los involucrados; y determinar los criterios para el monitoreo y la evaluaci6n del plan de comunicaci6n. Esta investigaci6n utiliz6 una metodolog6a cualitativa y modelo fenomenol6gico. El escenario fue el entorno de la Comisi6n de Usuarios de Subsector Hidr6ulico M6rrope. Como poblaci6n de la muestra, se tuvo a los usuarios de riego del Canal Cequi6n de la Comisi6n de M6rrope, miembros de la Comisi6n de M6rrope y de la Junta de Usuarios del Sector Hidr6ulico Menor Chancay Lambayeque Clase «A». Como sujetos de investigaci6n, a especialistas en Comunicaci6n para el Desarrollo y el Cambio Social y cultura del agua. Se aplicaron como instrumentos, la entrevista, el cuestionario y la gu6a de observaci6n. Entre los resultados m6s importantes se obtuvo que el enfoque participativo es m6s adecuado para realizar el plan propuesto, debido a que los actores tienen caracter6sticas y funcionalidades diferentes; este modelo permite mejorar la relaci6n con las personas a trav6s de la comunicaci6n interpersonal, borrar las barreras de autoridad y facilitar la promoci6n de una nueva cultura del agua.

Palabras claves: Plan de comunicaci6n, Comunicaci6n para el Desarrollo y el Cambio Social, Desarrollo agr6cola.

Abstract

The present investigation entitled *Communication plan to promote a new water culture in the users of the Canal Cequi3n-Lambayeque* had as specific objectives: to carry out a diagnosis of the communication and participation practiced by user organizations; establish the objectives and phases of the communication plan, as well as the target audience; determine the activities, messages and means to be used in each of the phases of the communication plan, which will promote the participation of those involved; and determine the criteria for monitoring and evaluating the communication plan. This research used a qualitative methodology and a phenomenological model. The setting was the environment of the M3rrope Hydraulic Subsector Users Commission. The sample population included the irrigation users of the Cequi3n Canal of the M3rrope Commission, members of the M3rrope Commission and the Board of Users of the Minor Hydraulic Sector Chancay Lambayeque Class «A». As research subjects, specialists in Communication for Development and Social Change and water culture. The interview, the questionnaire and the observation guide were applied as instruments. Among the most important results, it was obtained that the participatory approach is more appropriate to carry out the proposed plan, because the actors have different characteristics and functionalities; This model allows improving the relationship with people through interpersonal communication, erasing authority barriers and facilitating the promotion of a new water culture.

Keywords: Communication plan, Communication for Development and Social Change, Agricultural development.

Introducción

El agua es el bien máspreciado del agricultor, sin embargo, es en el sector agrícola donde se da el mayor uso irracional del recurso hídrico. De acuerdo con el Informe Mundial de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo de los Recursos Hídricos (Unesco, 2019), la agricultura equivale al 69% de las extracciones anuales de agua y, sumándole los problemas generados por el cambio climático, el aumento de la población y los malos tipos de consumo que tiene el ser humano, se origina que 4 000 millones de personas, aproximadamente, sufran escasez de agua.

Con el pasar de los años, diversas experiencias han permitido asegurar que es necesario el desarrollo de estrategias de comunicación para contrarrestar el problema del mal uso del agua. De acuerdo con Sorhuet y Pringle (2014), en Guatemala se padecía de problemas de contaminación en la cuenca del Río Naranjo que ocasionaron la propagación de enfermedades en la piel en 207 personas; como primera solución se planteó el fortalecimiento de la organización de los pobladores, generando procesos participativos como mesas de diálogo que ayudaron a la creación de la «Mancomunidad de Municipios de la Parte Alta de la Cuenca del Río Naranjo (Mancuerna)», la cual genera acciones y reglamentos que preservan en buen estado el recurso hídrico.

Por otro lado, en Perú se cuenta con numerosas fuentes de agua. De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri, s. f.), el país posee 106 cuencas hidrográficas por donde pasan 2 043 548.26 metros cúbicos de agua al año. Sin embargo, Abelardo de la Torre, jefe de la Autoridad Nacional del Agua en el 2017 (Ramos, 2017), afirma que Perú no aprovecha la abundancia del recurso hídrico, pues el 80 % del agua del país va para el sector agrícola, pero solo se llega a usar el 30 % del recurso.

El uso deficiente del agua en el Perú también provoca diversos conflictos sociales por déficit y mala gestión. Al respecto, un informe emitido por la Defensoría del Pueblo del Perú, indica que el 50% de los conflictos registrados en el país en los últimos 10 años fueron por el agua. En los 153 conflictos sociales vinculados a los recursos hídricos identificados, 40 % es, principalmente, por el sector agrario (Luque, Alburqueque y Alvarado, 2015).

Pero, ¿por qué se generan estos conflictos? Para Abelardo, la escasez del recurso hídrico se debe a la falta de información y a la infraestructura rústica existente. Asimismo, se siguen sembrando cultivos de alto consumo de agua en zonas donde el recurso es insuficiente, como el arroz y la caña de azúcar, que corresponden a cultivos que requieren mayor demanda de agua (Ramos, 2017).

Además, el Gobierno Regional de Lambayeque en el Plan Regional de Acción Ambiental señala que el desarrollo del sector agrario lambayecano está limitado por la escasez y la irregularidad del recurso hídrico en las partes bajas de las cuencas y el deterioro de suelos agrícolas por efecto de salinidad (Gobierno Regional de Lambayeque, 2016).

De la misma forma, en el Plan de Gestión de Recursos Hídricos en la cuenca Chancay Lambayeque elaborado por el ANA, se señala que uno de los problemas en la cuenca es la mínima promoción de la cultura del agua por la institucionalidad; es decir, los usuarios y la población en general poseen un conocimiento limitado sobre la gestión del agua y,

esto, a su vez, se debe por la débil capacidad de las instituciones públicas y privadas para impulsar y ejecutar acciones integrales (ANA, 2015).

Es así que, a partir de los conflictos mencionados, la Autoridad Nacional del Agua (ANA), como ente rector del Sistema Nacional de Gestión de los Recursos Hídricos (SNGRH), formula la Política Nacional sobre los Recursos Hídricos, también conocida como Política n.º 33, la cual busca asumir el compromiso de proteger el agua como patrimonio de la nación y derecho fundamental de la persona para consumo y desarrollo del ser humano (Iguíñiz et al., 2020). Dentro de esta política, se plantea la cultura del agua como un objetivo específico que desarrolla la participación, la sensibilización y la gobernanza.

De acuerdo con los acontecimientos expuestos, se formula el problema de investigación: ¿Cómo será la propuesta de un plan de comunicación para promover una nueva cultura del agua en los usuarios del canal Cequión–Lambayeque? Asimismo, cabe resaltar que el estudio es necesario, porque permitirá conocer y entender la comunicación para el desarrollo y cambio social como un proceso para modificar la realidad de los usuarios de riego.

Además, es conveniente, porque sirve para el cumplimiento de los actuales Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), formulados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2018), especialmente: el objetivo n.º 6: «Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos» y el n.º 12 que se basa en «Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles».

Esta investigación, asimismo, tiene relevancia social, porque la propuesta tendrá una repercusión en el entorno de la comunidad de Mórrope y ayudará a la disminución de brechas entre las organizaciones de usuarios de agua. A la vez, la implicación de la investigación es práctica, porque dentro de la propuesta se presentan actividades de comunicación a través de distintos medios y con diversos mensajes emocionales y racionales, trabajados de inicio a fin con la misma población involucrada.

La investigación presenta una utilidad metodológica, porque sugiere estrategias de comunicación más participativas para conocer y transformar la realidad del sector agrícola en el tema de gestión del recurso hídrico.

La propuesta tiene como objetivo general: proponer un plan de comunicación para promover una nueva cultura del agua en los usuarios del Canal Cequión–Lambayeque; y como objetivos específicos los siguientes: a) realizar un diagnóstico de la comunicación y participación que practican las organizaciones de usuarios; b) establecer los objetivos y las fases del plan de comunicación, así como el público objetivo; c) determinar las actividades, los mensajes y los medios a usar en cada una de las fases del plan de comunicación, que promoverán la participación en los involucrados y d) determinar los criterios para el monitoreo y evaluación del plan de comunicación. Todo ello, conlleva a que la comunicación es el punto de partida para encaminar grandes cambios sostenibles. Es así que surge esta propuesta de comunicación con el fin de promover la nueva cultura del agua en los usuarios de riego del Canal Cequión.

Revisión de la literatura

García (2016), en su tesis titulada *La aplicación de técnicas de comunicación en la investigación participativa de la Universidad de San Carlos de Guatemala*, propuso como objetivos: demostrar la importancia de la aplicación de técnicas de comunicación en el proceso de investigación participativa, establecer la relación entre los elementos básicos de la comunicación, las técnicas de la comunicación e investigación participativa. El autor utilizó una metodología analítica, pues se centró en la importancia de los conceptos básicos de comunicación y sus técnicas dentro de la investigación participativa. Empleó como instrumento para la recogida de información, la entrevista y las fichas de resumen sobre técnicas de comunicación. El autor concluyó que, al aplicar la investigación participativa, se encontraron obstáculos relacionados con la comunicación, como la diferencia del idioma, los ruidos semánticos, las barreras culturales y la resistencia al cambio de la forma de hacer investigación.

Franco y Rodríguez (2016) elaboraron la tesis *Formulación de líneas estratégicas para un proyecto participativo de conservación de un ojo de agua de la Parroquia El Condado, Barrio Colinas del Norte, sector El Manantial y sector Rancho Bajo* sustentada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador) tuvo como objetivos específicos como: realizar procesos de motivación y concientización, incentivar procesos de diálogo, propiciar la solución de conflictos, identificar a los líderes, identificar posibles recursos disponibles, establecer procesos de compromiso y autorresponsabilidad de los actores involucrados y generar herramientas de evaluación y autoevaluación. La metodología que utilizó fue la investigación acción participativa, ya que es inclusiva, pues permite que los actores sean los gestores de su propio empoderamiento. Además, los instrumentos aplicados fueron: la entrevista, las historias de vida, los grupos focales y la encuesta. La investigación concluyó que la participación comunitaria tuvo como fundamento los principios de la solidaridad, la cooperación, la equidad, el trabajo en equipo, la reciprocidad, la eficiencia, la sostenibilidad, la solidaridad y el diálogo. De esta manera, se pudo lograr que el trabajo se realice de manera organizada y transparente.

Vacio (2017) realizó una tesis titulada *Análisis de la cultura ambiental en el sector educativo del Municipio de la Paz, Baja California Sur: implicaciones y recomendaciones para el desarrollo sustentable de los recursos naturales del Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste, S. C.* La investigación tuvo entre sus objetivos: determinar el grado de correlación entre las actitudes, las intenciones de comportamiento y los conocimientos ambientales, y realizar recomendaciones para promover acciones que mejoren el nivel de cultura ambiental en los estudiantes. Se recurrió a la metodología exploratoria y descriptiva, ya que contó con los datos del público objetivo y una unidad muestral para la aplicación del instrumento establecido: la encuesta. La investigación tuvo como conclusiones que los estudiantes del nivel superior contaron con una cultura ambiental deficiente, el conocimiento de las áreas naturales protegidas del estado fue deficiente y los programas y materias de educación ambiental en los bachilleratos, solo brindaban información y fueron poco productivos.

ANA (2015) ejecutó el *Plan de gestión de recursos hídricos en la cuenca Chancay Lambayeque* que tuvo como objetivo principal alcanzar una gestión sostenible de los recursos hídricos, poniendo en práctica el principio de gestión integrada participativa y la metodología de visión compartida entre los representantes de las instituciones que intervienen en el manejo del agua. Presentó instrumentos consensuados entre todas las

instituciones para mejorar la gestión del recurso hídrico, como un modelo de decisión y un plan de monitoreo y evaluación que aseguraban el logro de los objetivos planteados. Como conclusión, se llegó a que la implementación del plan supone un gran esfuerzo de coordinación y el desarrollo de un plan de gestión para fiscalizar su realización. Asimismo, resaltó la importancia de la participación privada en el financiamiento de la estrategia planteada.

ANA (s.f.) realizó el *Estudio cualitativo y orientaciones estratégicas: hacia el diagnóstico sobre el estado situacional de la cultura del agua en 5 cuencas de la vertiente del Atlántico, en los departamentos de Cajamarca y Amazonas*, en el cual propuso como objetivos: identificar a las instituciones y a los actores sociales relacionados con la administración política, cultural y religiosa; identificar y describir la infraestructura vinculada con el agua; analizar los discursos y prácticas en torno al uso del agua entre agricultores, escolares y población en general de las cuencas. Asimismo, utilizó la metodología cualitativa, debido a los requerimientos de los términos de referencia del estudio y también, porque se registraron experiencias, conocimientos y puntos de vista de actores locales que constituyen un campo de conocimiento que debe ser analizado teniendo en cuenta las voces de las poblaciones. Empleó, como instrumentos para la recogida de información, la guía de observación, entrevistas individuales a líderes de opinión y grupos focales a población general y escolares. Se concluyó que la cultura del agua es un concepto que estructura parte de la política pública hídrica peruana.

Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social

¿De dónde surgen los conceptos de Comunicación para el Desarrollo y el cambio social? Según Gumucio (2019), la comunicación aplicada al desarrollo se remonta a la Segunda Guerra Mundial, cuando Estados Unidos desarrollaba propaganda de guerra y provocó el crecimiento de los medios de comunicación masivos de aquel entonces.

Sin embargo, su concepto toma fuerza desde 1997 cuando el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social realizaba reuniones para que especialistas de Comunicación y participación social discutieran sobre el rol de la comunicación en los cambios sociales (Gumucio, 2019).

De acuerdo a Ríos, Héverd y Barbos (2020), los vocablos desarrollo y comunicación se relacionan desde hace mucho tiempo, con la intención de que ambos términos busquen el intercambio equitativo y esto, a su vez, posibilite el diálogo en procesos inclusivos, donde la participación ocupe un papel primordial.

Es así que la comunicación para el cambio social es un proceso de diálogo y debate, que puede abarcar muchas condiciones para su aplicación. Para Gumucio (2019), existen cinco características que están presentes en los procesos de comunicación para el cambio social: la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos. Además, el autor manifiesta que la comunicación para el cambio social, al igual que la comunicación para el desarrollo, considera el cuidado por la cultura y las tradiciones, valora el conocimiento de la comunidad y busca promover el diálogo horizontal entre los expertos y los actores.

Por otro lado, Alarcón et al. (2014) señalaron cuatro funciones de la comunicación para el desarrollo: facilita el acceso a la información y al conocimiento, promueve la

participación, empodera y da voz a las personas sin distinción alguna y, finalmente, con ella se comparte y aprende.

Para Sala (2017), los enfoques que describen a la comunicación para el desarrollo indican que son los procesos de empoderamiento los que la distinguen de los otros tipos de comunicación. Al describir cada una de las características y funciones de la comunicación para el desarrollo, se puede notar que el punto de partida para todos es la participación, puesto que, sin un involucramiento de la comunidad, todas las estrategias de desarrollo quedan en el vacío. Además, si se traslada este enfoque de la comunicación participativa a la agricultura, experiencias pasadas, como las Escuelas de campo de agricultores (ECAS), iniciadas por la FAO, indican que lograr una participación en el público objetivo es la tarea más importante para estrategias de éxito (Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa [Sineace], 2016).

Modelo de comunicación participativa por Servaes

De acuerdo con Servaes y Servaes (2021), la comunicación participativa destaca la importancia de la identidad cultural de las comunidades locales y de la democratización y participación en todos los niveles: internacional, nacional, local e individual. Sin embargo, consideran que el inicio para toda estrategia de comunicación debe ser la comunidad, pues es -en este nivel- donde se discuten los problemas de las condiciones de vida y se suscitan las interacciones con otras comunidades.

Asimismo, los autores señalan que -en este modelo- se aplica el nivel más alto de participación, la autogestión; es decir, que la toma de decisiones y la selección de acciones se tiene que dar a nivel de la comunidad con la participación activa de cada uno de sus miembros.

Desarrollo agrícola

Instituciones a nivel mundial afirman que el desarrollo agrícola es una de las vías más eficaces para acabar con la pobreza en zonas rurales. El Banco Mundial (2019) manifiesta que el crecimiento de la agricultura puede ser más eficaz, en comparación con otros sectores, para aumentar los ingresos de los más pobres. Según análisis realizados en el 2016, el 65 % de los adultos pobres se dedican a las actividades agrícolas. Además, debido al cambio climático, el Banco Mundial (2019) señala que es necesario que se realice un desarrollo agrícola sostenible, donde la conservación de los recursos naturales sea una prioridad.

El 25 de septiembre de 2015, en la Asamblea General de las Naciones Unidas, líderes mundiales consensuaron 17 objetivos de desarrollo sostenible para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. Entre los cuales, se destacó al más ligado con la problemática del desarrollo agrícola, el objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (Naciones Unidas, 2018).

El objetivo 12 tiene entre sus metas lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales y asegurar que las personas cuenten con la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible (FAO, 2016).

En el caso de Perú, la capacidad de las instituciones gubernamentales y privadas para promover un desarrollo agrícola sostenible se ha visto perjudicado por diversos factores,

entre ellos: el costo elevado de las tecnologías sostenibles y los conflictos sociales ocasionados por una mala relación entre el Estado y el agricultor. De acuerdo con el ex viceministro de Políticas Agrarias, Benjamín Quijandría (citado por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2019), la agricultura es una actividad de riesgo en el país por las distintas variables climáticas y, por lo cual, resulta necesario la existencia de una comunicación continua y eficaz entre los miembros de una comunidad y el Estado de la mano con el uso de la tecnología.

Herramientas de comunicación para el desarrollo y el cambio social agrícola

La comunicación para el desarrollo y cambio social agrícola requiere de herramientas participativas que posibiliten el diálogo entre los agricultores, así como la confianza y el empoderamiento del campesino, al mismo tiempo, que les ayuda a trabajar por el desarrollo de su comunidad. Entre estas herramientas, se pueden enumerar las siguientes:

Radio comunitaria

Para Aquino (citado en Flores y Zavala. 2014), al hablar de radio comunitaria, se trasciende el significado común de este medio, pues consiste en aquella emisora independiente que tiene la obligación de aprender a mirar, escuchar y sentir con su público. La radio comunitaria es el portavoz del pueblo, ya que a través de este canal se pueden sentir escuchados. Sus pedidos, quejas o reclamos son acogidos como problemáticas que requieren una pronta solución, en efecto, los oyentes guardan la esperanza de que sus demandas sean atendidas.

En el Perú, también se vienen trabajando propuestas radiales para la preservación de recursos naturales. En el 2017, durante el II Encuentro Nacional sobre el Agua *Yaku*: Miremos río arriba, se realizó la exposición de un proyecto radial *Yakunija*, ejecutado por la empresa Convoca Radio. Este proyecto contaba con cinco reportajes periodísticos sobre la conservación e importancia del agua potable, en formato de *podcast*. Lo que sobresale de esta experiencia son las voces y narraciones de la propia comunidad que intervienen.

Talleres y capacitaciones

De acuerdo con Identidad y Desarrollo (2019), los talleres participativos son espacios de aprendizaje que se generan tanto a nivel individual como colectivo, a través de ambientes en donde prima la deliberación, con el fin de llegar a acuerdos comunes entre los participantes. Lo cual convierte al taller en una situación privilegiada de aprendizaje, pues permite la reflexión y el intercambio de conocimientos, valores, actitudes y prácticas que se tienen sobre determinado problema.

Nueva cultura del agua de riego

El término de «nueva cultura del agua» nace del término «cultura del agua», pero se diferencian en que una nueva cultura del agua significa un cambio en la forma de pensar y actuar de la persona, respetando valores y teniendo principios éticos frente a la conservación de la naturaleza (Perez, 2016). Es por ello que, en la actualidad, se habla de nueva cultura del agua, porque resulta un término más amplio y que llama más al cambio de pensamiento y prácticas para la sostenibilidad del recurso hídrico.

Para Pérez (2016), una nueva cultura del agua debe buscar un cambio en la gestión del recurso hídrico, basándose en la gestión del territorio y la participación pública, con el fin de que el agua deje de ser visto como un simple recurso económico.

Nueva Cultura del agua de riego en el Perú

El Estado peruano empezó a trabajar el término de «nueva cultura del agua» basada en los principios de los derechos formales, el reconocimiento del valor económico del recurso hídrico y una gobernanza multisectorial (French, 2016).

French (2016) sugiere que el enfoque de la gestión hídrica peruana debe ser más participativa y que valore la diversidad de usos del agua, las costumbres y valores de las comunidades respecto a la gestión del recurso hídrico en el Perú.

Proceso de un plan de comunicación para el desarrollo y el cambio social

A diferencia de otros planes de comunicación, este método se centra en un enfoque participativo en todos sus niveles; es decir, desde su inicio los desarrolladores y la población trabajan de manera conjunta para la formulación y ejecución del plan. De este modo, se debe partir de cinco preguntas claves para su realización: ¿a qué cambios queremos contribuir? (objetivos), ¿a quién nos dirigimos? (público meta), ¿con qué mensajes?, ¿qué canales y herramientas son los más efectivos? y ¿cómo medimos el éxito? (Alarcón et al., 2014).

Para la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (s.f.), un plan de comunicación cuenta con las siguientes fases: diagnóstico (fase 1), planificación (fase 2), ejecución del plan (fase 3) y seguimiento (fase 4).

Materiales y métodos

La metodología que se usó en esta investigación fue cualitativa, debido a que se buscó estudiar a los actores sociales en su interacción con el entorno, es decir, en el análisis de las relaciones humanas, las costumbres, las actitudes, las creencias, las motivaciones, entre otros.

Para Alan y Cortez (2018), una investigación cualitativa busca darle sentido a las acciones sociales, mediante el análisis de las actitudes, los aspectos culturales, las percepciones, las relaciones y estimaciones.

Se aplicó el enfoque fenomenológico porque se interpretaron las actitudes y las relaciones sociales de las personas en su día a día. Para Fuster (2019), este enfoque permite analizar y comprender el compartimiento de las personas, a través de la experiencia propia.

Los sujetos participantes fueron ocho usuarios de riego del canal Cequión de la Comisión de Mórrope: Angelita Micaela Sandoval de la Cruz, Arturo Ventura Cajusol, Fidel Farroñán de la Cruz, José De la Cruz Juárez, José Demetrio Farroñán Guarez, José Rosario Chapoñan, Segundo Martín De la Cruz Acosta, Trinidad Farroñán de la Cruz. Además, participaron cuatro miembros de las organizaciones de usuarios: el sectorista

de la Comisión de Mórrope, Fernando Patricio Santamaría Facho; el caporal del Comité del Canal Cequiún, Sacarías Santamaría Baldera; la comunicadora de la Junta de Usuarios del Sector Hidráulico Menor Chancay Lambayeque Clase «A», Caty Quiroz La Chira y la socióloga, Socorro Elorreaga Elera de la misma entidad. Por último, se contó con la participación de siete especialistas en Comunicación para el Desarrollo y cultura del agua, entre ellos: Claudia Chiappe Figueroa, licenciada en Comunicación para el Desarrollo, responsable del proyecto «Jóvenes por un medio ambiente con Justicia»; Evelyn Vargas Carmona, especialista en comunicación estratégica, miembro del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura; Fánel Guevara Guillen, antropóloga social con especialidad en Gestión social del agua en cuencas, presidenta del Instituto de Promoción para la Gestión del Agua (Iproga); Katuska Granda Cornejo, comunicadora social de Kunay Consultores; Miguel Angel Samamé Cruzado, especialista en Participación Ciudadana del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD); Paul Maquet, responsable del Área de Comunicaciones de la empresa Cooperación y Yamilé Yurimar Yaranga Hernández, licenciada en Comunicación para el Desarrollo y encargada del proyecto de Modernización de la Gestión de los Recursos Hídricos de la ANA.

Como criterio de inclusión se consideró a todo aquel que sea usuario de riego activo, pertenezca a la Comisión de Mórrope y cuyo predio haga uso del canal Cequiún. Y, como criterios de exclusión se consideraron a los usuarios de riego que no formaban parte de la Comisión de Mórrope y no recibían agua por el canal Cequiún.

El escenario fue la Comisión de Usuarios del Subsector Hidráulico Mórrope. La selección se basó en que Mórrope es uno de los distritos de la provincia de Lambayeque, departamento de Lambayeque (Perú) que, debido a su ubicación geográfica se localiza en el último sector en recibir agua al iniciar el reparto de este recurso, lo que dificulta el riego a tiempo de parcelas, provoca el deterioro de cosechas, entre otros problemas originados por la escasez hídrica.

Como técnica de recolección de datos se realizó el análisis documental y la entrevista a profundidad a especialistas de Comunicación para el Desarrollo y cultura del agua, asimismo, a miembros de las organizaciones de usuarios correspondiente al problema a investigar.

Además, se emplearon dos instrumentos de recolección de datos; se aplicó una guía de observación en cada visita que se hizo a los alrededores del canal Cequiún, en la Junta de Usuarios y en la Comisión de Mórrope, lo cual permitió identificar los comportamientos y los puntos de interacción de todos los actores involucrados. Como segundo instrumento, se realizó un cuestionario a los usuarios de riego del canal Cequiún, mediante una guía de preguntas que tuvo como objetivo identificar y caracterizar a la población, conocer sus necesidades y dificultades, su nivel de participación y de cultura de agua.

Para la aplicación de cada instrumento, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos éticos: la participación voluntaria, el consentimiento informado, la confidencialidad de los resultados y el uso de la información únicamente para fines de investigación.

Resultados

Respecto al primer objetivo específico, **realizar un diagnóstico de la comunicación y participación que practican las organizaciones de usuarios**, se aplicó una guía de observación por cada visita a la comunidad y a las distintas organizaciones de usuarios; asimismo, cuestionarios a los agricultores del canal Cequión.

En relación con las guías de observación, se realizó una observación participativa, pues era importante contemplar el ámbito natural donde los actores participan, para poder ser testigo de la interacción del sujeto con el contexto.

La guía de observación aplicada en las organizaciones de usuarios, zonas aledañas al canal Cequión y al colegio César Vallejo de Cequión, se basaron en dos criterios: en las características de las personas y del entorno. Cada uno con distintos indicadores de acuerdo con los dos ejes temáticos de la propuesta: comunicación como participación y nueva cultura de agua y preservación de recursos naturales. Sin embargo, en las guías aplicadas en las zonas del canal Cequión y en el colegio del sector, se añadieron los temas de desarrollo agrícola y económico.

Tabla 1

Prácticas de las personas y del entorno

EJES	CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS	CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO
COMUNICACIÓN COMO PARTICIPACIÓN	Hay una comunicación horizontal y participativa constantemente.	Existen zonas de integración adecuadas para realizar estrategias de comunicación.
	Cuentan con habilidades sociales.	La zona es alejada, pero sí existen medios de transporte, aunque para los agricultores es más fácil caminar.
	Hay participación activa.	
AGUA Y PRESERVACIÓN DE RECURSOS NATURALES	La agricultura es la principal fuente de trabajo.	Cuenta con mensajes sobre cultura de agua y preservación de recursos naturales.
	Existe preocupación por optimizar la agricultura y mejorar la calidad de vida, pero no realizan acciones respecto al tema.	Algunos canales de riego de la zona se encuentran en buen estado, sin embargo, hay otros con problemas de contaminación.
		Existen problemas de plagas en algunas cosechas.

Elaboración propia teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la guía de observación.

En cuanto a los cuestionarios, estos se aplicaron a ocho agricultores del Canal Cequión–Mórrope. Para una mayor priorización de los temas y problemas que son relevantes tanto para las necesidades de la población como para el desarrollo del plan, se decidió trabajar las preguntas de acuerdo con distintos contextos: comunicacional, social, político, económico, religioso y educativo.

Tabla 2
Prácticas de los agricultores del canal Cequión

ASPECTO	DETALLE
COMUNICACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa comunicación participativa en la promoción de una nueva cultura del agua. • No cuentan con actividades de integración ni espacios de diálogo. • Poca participación en talleres y capacitaciones. • Poca escucha de las autoridades.
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas con el mantenimiento de la infraestructura de riego. • Falta de acción para la solución de conflictos.
ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> • La agricultura es la principal fuente de ingreso. • Utilizan un riego tradicional por gravedad.
EDUCATIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Población parcialmente alfabética y con educación primaria. • No se educa sobre cultura de agua o mejores prácticas agrícolas.
RELIGIOSO	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de fe y no hay establecimientos religiosos cerca.
POLÍTICO	<ul style="list-style-type: none"> • Las organizaciones de usuarios no escuchan al pequeño agricultor.

Elaboración propia teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los especialistas.

Respecto al segundo objetivo específico, **establecer los objetivos y las fases del plan de comunicación, así como el público objetivo**; al tercer objetivo específico, **determinar las actividades, los mensajes y los medios a usar en cada una de las fases del plan de comunicación, que promoverán la participación en los involucrados**, y al cuarto objetivo específico, **determinar los criterios para el monitoreo y evaluación del plan de comunicación**; se optó por realizar entrevistas a los miembros de las organizaciones de usuarios y a especialistas. Se optó por aplicar dos tipos de entrevistas: una a los miembros del Área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios y a la Comisión de Mórrope y otra a los especialistas en los temas de comunicación para el desarrollo y cultura del agua.

Tabla 3
Prácticas de las organizaciones de usuarios de riego

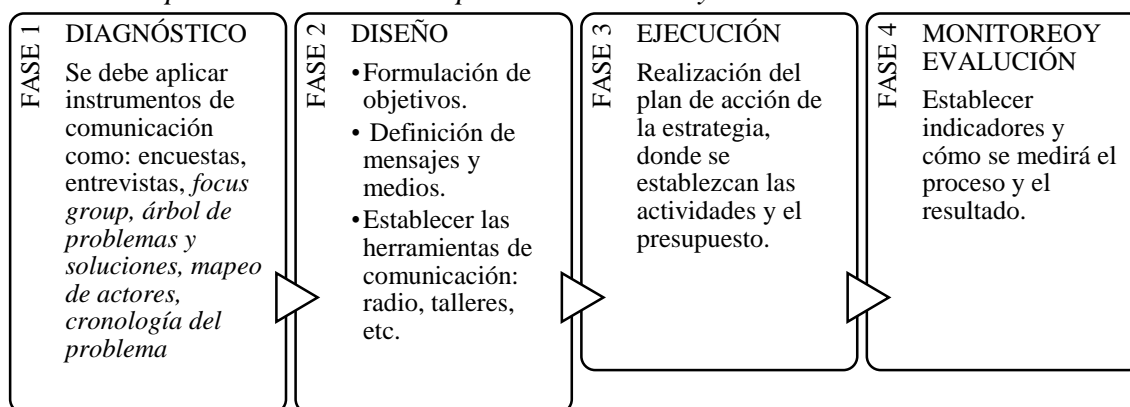
ASPECTO	DETALLE
ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Existe el Área de Capacitación y Comunicación y está dividida en tres rubros: Capacitación, Imagen Institucional y Extensión Agrícola. • La Comisión de Mórrope no cuenta con un especialista en Comunicación, debido al cambio de directivos.
PROBLEMAS DEL RECURSO HÍDRICO	<ul style="list-style-type: none"> • Uso ineficiente de la distribución del agua. • Desconocimiento sobre acciones que promuevan una nueva cultura del agua. • El cambio climático. • Ineficiente labor de difusión. • Falta de involucramiento sobre el cuidado del agua.
COMUNICACIÓN	<p>La comunicación en el caserío de Cequión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existen limitantes en la comunicación entre agricultores y dirigentes. • Falta de metodologías participativas. <p>La comunicación en la Junta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajan con metodologías participativas. • Capacitan sobre gestión del agua. • Realizan difusión sobre el uso eficiente del recurso hídrico a través volantes, <i>spots</i>, videos, etc. • Cuentan con el boletín informativo <i>El Regante</i> • Elaboran y ejecutan planes de capacitación y comunicación.

Elaboración propia teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los miembros de las organizaciones de usuarios.

De acuerdo con las entrevistas a los especialistas, se puede indicar que, para tratar el tema de cultura de agua en la agricultura, la comunicación debe promover siempre el diálogo entre los actores. Todo plan de comunicación consta de las cuatro fases descritas, sin embargo, concuerdan en que el plan se desarrolla a partir de lo obtenido en el diagnóstico y se puede modificar dependiendo del resultado y del contexto en cada una de las fases.

Figura 1

Fases de un plan de comunicación para el desarrollo y el cambio social.



Elaboración propia teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los especialistas.

Discusión

Los resultados indican que, para realizar una estrategia de comunicación que promueva una nueva cultura del agua en el sector agrícola, se debe hacer a través de una comunicación participativa que se caracterice por el diálogo.

Según Servaes y Servaes (2021), la comunicación entendida como participación es aquella que necesita escucha y confianza para acortar la distancia social entre emisores y receptores de un mensaje. Por lo que, resulta necesario aplicar este tipo de comunicación en las organizaciones de usuarios, con el fin de diagnosticar y resolver los problemas que suscitan dentro del entorno agrícola.

Además, García (2016), uno de los antecedentes de esta investigación, destacó a la metodología participativa y a la comunicación basada en el diálogo como las mejores formas de trabajar estrategias eficientes con actores sociales.

Teniendo en cuenta las opiniones de los especialistas, los objetivos de un plan de comunicación se deben originar a partir de los resultados del diagnóstico, y deben estar definidos con claridad. De acuerdo con González et al. (2019), definir objetivos permitirá establecer una guía de acción productiva, y facilitará realizar una estrategia coherente y efectiva.

Asimismo, los resultados demuestran que un plan de comunicación debe contar con un diagnóstico, diseño, ejecución y, evaluación y monitoreo para garantizar el desarrollo organizado de actividades que involucren la participación de los agricultores.

Conforme a la revisión de literatura de esta investigación, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (2020), señala que un plan de comunicación debe contar con cuatro fases: diagnóstico, planificación, ejecución del plan y seguimiento. Por lo cual, se considera pertinente aplicar las mismas etapas, pero siguiendo una metodología completamente participativa de inicio a fin.

Considerando lo que subrayan los especialistas, un plan de comunicación es un instrumento que organiza la estrategia sobre la base de un objetivo, a partir del cual se determinan y se especifican los públicos y las acciones de comunicación (tanto internas como externas), permitiendo lograr resultados concretos con criterios de eficiencia y eficacia.

En base a uno de los antecedentes de esta investigación, la de Franco y Rodríguez (2016), se consideró el involucramiento de hombres y mujeres para asegurar la conservación del recurso hídrico, debido a que se requiere el interés y la participación de toda la comunidad afectada para lograr cambios sostenibles.

Por último, es importante indicar que cada plan estratégico de comunicación debe ser diseñado y realizado siguiendo las particularidades de la comunidad para asegurar el éxito de la estrategia.

El resultado obtenido de las entrevistas aplicadas a los especialistas, detallaron la importancia del diagnóstico participativo para establecer los medios, actividades y mensajes a realizar en el plan de comunicación. Por lo tanto, gracias a los distintos instrumentos usados se obtuvo que el colegio César Vallejo y la Comisión de Mórrope son los lugares con mayor manejo de información cercanos a los usuarios de Cequiún.

De acuerdo con la Ley n. ° 29338 (Congreso de la República del Perú, 2009), el ANA busca la inclusión de asignaturas sobre la cultura y valoración de los recursos hídricos, su aprovechamiento, conservación e incremento en el plan educativo. Lo cual hace de la institución educativa César Vallejo una fuente principal para el desarrollo de conocimientos sobre cultura del agua. Por otro lado, la Comisión de Mórrope tiene dentro de sus actividades, la entrega del agua por inicio de campaña agrícola, lo que conlleva siempre a reunir a todos los usuarios en sus sedes. Por lo tanto, a pesar de que la Comisión se encuentra alejada de los pobladores, ellos siempre llegan a sus instalaciones y la Comisión se convierte en una fuente de autoridad que transmite información hacia los usuarios sobre gestión del agua. Por tal razón, las organizaciones de usuarios deben estar capacitadas para ser fuentes fidedignas, pues, como menciona Mauri y Elton (2017), la autoridad es un elemento indispensable para guiar el desarrollo de las personas y que promueve el bien común, además, es capaz de exigir el mejor rendimiento de cada sujeto dentro de las actividades que realiza.

La radio resultó ser el principal medio de comunicación empleado por el usuario de riego, seguido de los avisos informativos en periódicos murales. Generalmente, en las comunidades campesinas, la radio es el medio preferido, muchas veces porque en zonas rurales es el medio más accesible. Ramírez (2020) define a la radio como

un elemento esencial para el desarrollo y el cambio social, como un aspecto importante para la democratización de la comunicación, y como un derecho de libertad de expresión.

En Vacio (2017), uno de los antecedentes de esta investigación, se señalan como principales actividades para estimular el interés del público a los foros, los talleres, la creación de comités ambientales, la elaboración de bitácoras y de carteles. De la misma forma, los especialistas manifiestan que los foros y los talleres son las actividades más usadas y con mayor eficacia para estrategias de comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Asimismo, los expertos coinciden en que los mensajes deben estar acorde a los objetivos del plan y deben ser validados por el público a quien va dirigido. Así también lo afirma Gumucio-Dagron (2019), quien menciona que la comunicación para el cambio social establece los mensajes y medios en el proceso mismo, en el actuar con la comunidad, no antes, porque es desde la comunidad donde deben originarse las propuestas de acción.

Según lo expuesto, se puede decir que la metodología participativa resulta la más adecuada para realizar el plan propuesto, debido a que cada uno de los actores tiene características y funcionalidades diferentes. Este modelo permite mejorar la relación con las personas, borrar las barreras de autoridad y facilitar la promoción de una nueva cultura del agua. En otras palabras, los métodos participativos permiten una mayor captación de la información, lo que conlleva a facilitar los procesos de sensibilización y desarrollo.

Los expertos coincidieron en que se deben establecer indicadores y metas para medir el resultado e impacto de la estrategia a aplicar. De acuerdo con la FAO (2016), las metas se realizan siguiendo el grado de cambio y consideran el número de personas de la población que logran el cambio con la propuesta, el comportamiento deseado, qué cambio, la condición para el cambio y cuánto tiempo demoró. De tal modo, para evaluar las metas trazadas, la comunicadora Yamilé Yaranga sugiere utilizar los indicadores planteados por el Ministerio de Economía y Finanzas del Perú: eficacia, eficiencia, economía y calidad.

Por último, los especialistas coinciden con los antecedentes de la presente investigación, al señalar que es pertinente realizar un plan de monitoreo y evaluación trabajado con los actores y aliados estratégicos que aseguren el logro de los objetivos planteados.

Conclusiones

Tras el diagnóstico comunicacional realizado, se observó que las políticas públicas implementadas por la Junta de Usuarios para propiciar la nueva cultura del agua entre los usuarios del Canal Cequiión, han sido insuficientes, pues, han pasado por alto que el proceso esencial para conseguir una comunidad informada y sensibilizada es la comunicación entendida como participación y diálogo, es decir, la comunicación para el desarrollo y el cambio social, dado que con la acción directa de las personas y tras un proceso de aprendizaje activo, se pueden modificar las actitudes y comportamientos respecto a la preservación del recurso hídrico.

Un plan de comunicación que busque la promoción de una nueva cultura del agua en una comunidad rural debe tener a la participación como pilar fundamental, es decir, el plan fue realizado por y para los usuarios, y se buscó que se realizara en todo momento con ellos. Debido a que implementar cuatro fases dentro de un plan de comunicación que cuenten en su totalidad con un enfoque participativo, permite generar interacción, diálogo y autogestión en cada uno de los actores involucrados, así como, mejorar la relación entre ellos. Es a partir del involucramiento de todas las partes que se pueden generar estrategias de desarrollo sostenibles.

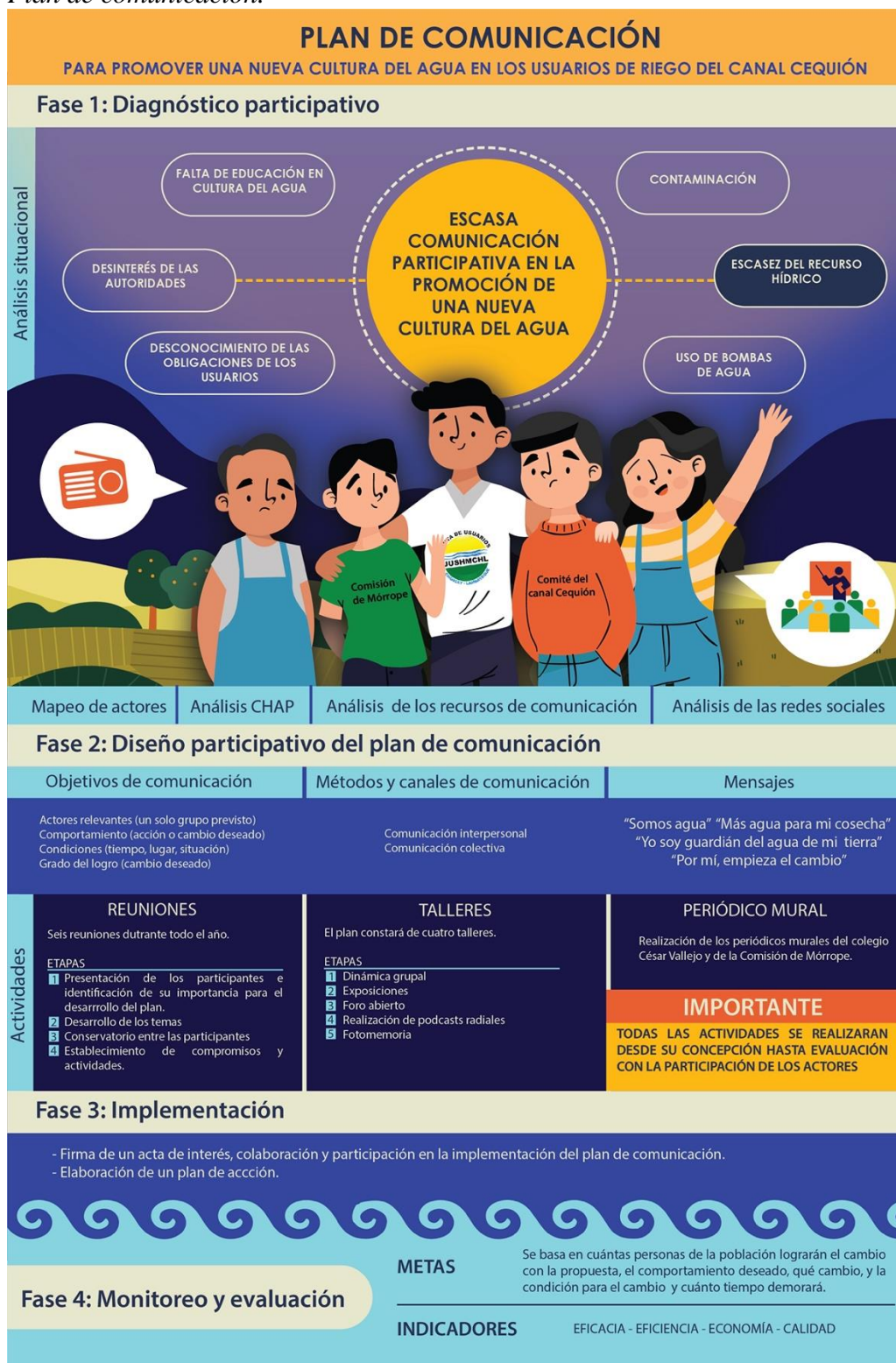
La radio es uno de los medios más usados por la comunidad agrícola, por su rapidez en la información, la facilidad de acceso y por el alcance que tiene las zonas rurales. Sin embargo, la población prefiere que se realicen talleres o capacitaciones, ya que aprenden mejor de forma directa y con metodologías de aprender-haciendo. El problema es que la mayoría de las organizaciones de usuarios invierten poco en este tipo de estrategia y prefieren solo emitir información sin generar una interacción. Asimismo, se consideró que se deben realizar actividades de acuerdo a cada medio de comunicación a desarrollar y que promuevan la participación continua de los usuarios. Además, se creyó conveniente establecer mensajes que promueven la acción por medio de la concienciación, acompañados de otros mensajes racionales que mejoran la información, con un lenguaje sencillo y cercano a los actores.

Para la determinación de criterios de monitoreo y evaluación, se compilaron las opiniones de los especialistas y resultó necesario aplicar indicadores de: eficacia, eficiencia, economía y calidad para asegurar de forma cualitativa y cuantitativa que la estrategia cumpla en cada una de sus etapas con los objetivos planteados.

Recomendaciones

Se recomienda implementar por parte de la Junta de Usuarios el siguiente plan de comunicación para el Comité del Canal Cequíón:

Figura 2
Plan de comunicación.



Elaboración propia.

Propuesta

El presente plan de comunicación para el desarrollo y el cambio social tiene como finalidad promover una nueva cultura del agua en los usuarios de riego del Canal Cequión, pertenecientes a la Comisión de Mórrope–Lambayeque, por medio de actividades participativas, que permitan el análisis del entorno de la comunidad, las características de los actores y logren mejorar la situación comunicacional existente respecto a la cultura del agua.

Se han considerado cuatro fases en el plan, que resumen la información brindada en las entrevistas por los diversos especialistas y que se relacionan con el *Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural*, publicado por la FAO en el año 2016.

Fase 1: Diagnóstico participativo

Análisis situacional

Para este análisis, se diseñó un árbol de problema con los datos mencionados por los usuarios en los instrumentos de recogida de información. Se estableció que la escasa comunicación participativa en la promoción de una nueva cultura del agua es el principal problema de la población de Cequión. Como causas se identificó a la falta de educación en cultura de agua, el desinterés por parte de las autoridades y el desconocimiento de las obligaciones de los usuarios. Asimismo, como efectos del problema identificado; la población hace uso indebido de bombas de agua, bloquea el canal, existe contaminación en el canal y hay una escasez del recurso hídrico.

Mapeo de actores

Se consideró que la entidad más adecuada para ejecutar el plan de comunicación es la Junta de Usuarios, pues se encarga de la infraestructura menor del departamento de Lambayeque, entre ellas el canal Cequión, y cuenta con un área de comunicación que ha trabajado, anteriormente, capacitaciones sobre la gestión del recurso hídrico. Además, la Comisión de Mórrope y el Comité de Cequión pueden apoyar en la implementación de la propuesta y encargarse de una parte de la financiación de la misma.

Análisis de los conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas (CHAP)

El análisis de los conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas (análisis CHAP) sirve para clasificar cada uno de los datos obtenidos por las herramientas de recogida de información aplicadas. Aplicando esta estrategia se puede conocer cuáles son las prácticas existentes de los usuarios en materia de agricultura, cómo es su comportamiento y cuáles son sus necesidades de comunicación.

Análisis de los recursos de comunicación

Para identificar los canales de comunicación más adecuados para la estrategia, fue importante evaluar la disponibilidad de los recursos de comunicación, el acceso que tienen los agricultores y conocer sus preferencias. Se obtuvo como resultado que la

radio, el periódico mural y los talleres son las herramientas de comunicación con más accesibilidad para los usuarios.

Análisis de las redes sociales

El análisis de las redes sociales permite entender lo que puede facilitar o impedir el intercambio de conocimientos en los usuarios y conocer en qué proceso de comunicación se debe actuar, quiénes son los líderes de opinión, los intermediarios del conocimiento y los gestores de la información. Se identificó a la Junta de Usuarios como el líder de opinión y gestor de información; es decir, lo que dice la institución es lo correcto y lo que se debe hacer. Sin embargo, la entidad no emite información de forma directa, hace uso de otros canales como la radio y la comisión de regantes.

Fase 2: Diseño participativo del plan de comunicación

De acuerdo con el árbol de problema previamente realizado, se pudo identificar a la escasa comunicación participativa en la promoción de una nueva cultura del agua como la principal razón que origina los malos hábitos y actitudes de los agricultores respecto al cuidado del recurso hídrico. Por lo que, el objetivo general del plan es:

Proponer un plan de comunicación para promover una nueva cultura del agua en los usuarios del Canal Cequiión–Lambayeque.

Objetivos de comunicación

Los objetivos se realizaron en base a los cuatro elementos que señala Acunzo et al. (2016): actores relevantes (un solo grupo previsto), comportamiento (acción o cambio deseado), condiciones (tiempo, lugar, situación) y grado del logro (cambio deseado).

Tabla 4

Cuadro de objetivos de comunicación por actores involucrados

ACTORES	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	
Usuarios de riego del Canal Cequiión	Usuarios de riego	Al término de un año de ejecución del Plan de Comunicación, al menos el 50 % de los usuarios de agua de riego será capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • Definir una nueva cultura del agua de riego • Conocer las formas en las que se puede participar para una nueva cultura del agua de riego • Describir su rol y responsabilidad en el desarrollo de una nueva cultura de agua de riego.
	Comité de Cequiión	<ul style="list-style-type: none"> • Plantar cultivos con un sistema de riego tecnificado. • Participar activamente con las autoridades para fomentar una nueva cultura de agua de riego.
Funcionarios de la Comisión de Mórrope	Al término de un año los funcionarios de la Comisión de Mórrope serán capaces de: <ul style="list-style-type: none"> • Definir una nueva cultura del agua de riego. • Fomentar proyectos para la promoción de una nueva cultura del agua de riego. • Describir su rol y responsabilidad en el desarrollo de una nueva cultura de agua de riego. • Enseñar de manera práctica las técnicas de riego para la sostenibilidad del agua a los usuarios. 	
Integrantes del área de Comunicación y Capacitación de la JUCHL	Durante la ejecución del plan, serán capaces de: <ul style="list-style-type: none"> • Describir su rol y responsabilidad en la promoción de una nueva cultura de agua de riego. • Mejorar sus relaciones con los usuarios de agua del Canal Cequiión. • Identificar al menos cuatro beneficios de la aplicación del plan. • Crear y ejecutar otros planes de comunicación para la promoción de una nueva cultura del agua. 	

Elaboración propia teniendo en cuenta los resultados obtenidos..

Métodos y canales de comunicación

Tomando como referencia los datos mencionados por los usuarios en los cuestionarios, se establecieron como métodos de comunicación: la comunicación interpersonal, la interacción cara a cara y la comunicación colectiva, debido a que los usuarios escogieron a la radio como el medio de comunicación más utilizado y con mayor alcance.

Mensajes

Para la elaboración de cada uno de los mensajes del plan, se analizaron los objetivos de comunicación, los enfoques de comunicación y las características de los actores detalladamente, dando como resultado, mensajes que promueven la acción por medio de la concienciación, acompañados de otros mensajes racionales que mejoran la información.

Tabla 5

Cuadro de mensajes claves y complementarios

Mensajes clave	Mensajes complementarios	Canal
Somos agua	Sin agua no se siembra, no hay vida, no hay nada.	Primer taller
Más agua para mi cosecha	Una nueva cultura de agua de riego permitirá sembrar mejor y más.	Segundo taller
Yo soy guardián del agua de mi tierra	Tu ejemplo es clave. Que tus buenos actos y costumbres hagan la diferencia.	Tercer taller
Por mí, empieza el cambio	El agua sale de la misma vertiente, por lo tanto, todos debemos cuidarla.	Cuarto taller
Estar informados nos permite cambiar la realidad del agua.	Un agricultor empoderado está encaminado en lograr una verdadera conservación y preservación del recurso hídrico.	Periódico Mural
La participación de los agentes de cambio es indispensable para lograr una nueva cultura del agua.	Para una gestión del agua eficaz, es necesario el diálogo e involucramiento de todos.	Reuniones con autoridades

Elaboración propia teniendo en cuenta el análisis de los objetivos de comunicación, los enfoques de comunicación y las características de los actores.

Los *podcasts radiales* elaborados por los usuarios se realizarán con los mensajes desarrollados por los propios usuarios, pero teniendo como base el mensaje del primer taller en el que se trabajarán.

Actividades

En este apartado, se detallará cada una de las actividades a realizarse por cada canal de comunicación seleccionado:

Reuniones

Durante la ejecución del plan se llevarán a cabo seis reuniones durante todo el año. La primera reunión se realizará a inicios de la gestión y, luego, las demás, antes y después de realizarse cada uno de los talleres que se detallaran, posteriormente. Esta

actividad está dirigida a los actores de primera, segunda y tercera prioridad, además de nuestros posibles aliados estratégicos que ayudarán en la implementación del plan.

Cada reunión, contará con cuatro etapas:

- Primera etapa: presentación de los participantes e identificación de su importancia para el desarrollo del plan. A partir de la segunda reunión, solo se resumirán los temas a tratar.
- Segunda: desarrollo de los temas.
- Tercera: conversatorio entre los participantes.
- Cuarta: establecimiento de compromisos y actividades.

El lugar para cada reunión será decidido por los participantes. Solo la primera reunión será en la Junta de Usuarios por su cercanía con la mayoría de los actores. Las personas facilitadoras serán los integrantes del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios Chancay-Lambayeque por la experiencia y debido a que su actuación en la propuesta está en relación con las funciones del área.

Taller de capacitación

El taller será un espacio de construcción colectiva que combinará la teoría y práctica en relación al fomento de una nueva cultura del agua, y permitirá que los participantes logren apropiarse de los conocimientos obtenidos por medio de las reflexiones y discusiones que se desarrollarán en las exposiciones y metodologías compartidas.

El plan constará de cuatro talleres y se sugiere que se den al inicio y termino de cada campaña de arroz, considerando que el arroz es el cultivo que más agua demanda en la región y se da una vez al año. Además, esta actividad está dirigida a 30 usuarios de riego del canal Cequiún, para poder asegurar un aprendizaje exitoso.

Antes de iniciar cada taller, se enviará una citación para comunicar a los agricultores sobre la actividad. Cada taller contará con cuatro etapas, a excepción del primer taller que tendrá cinco.

- Primera etapa: presentación de los participantes e identificación de su importancia para la promoción de una nueva cultura del agua, por medio de una dinámica grupal.
- Segunda: desarrollo de las exposiciones a cargo de los especialistas.
- Tercera: foro abierto con los participantes y especialistas.
- Cuarta: realización de *podcasts* radiales (esta etapa es solo para el primer taller).
- Quinta: fotomemoria. Esta fase se dará a la par de las demás con la finalidad de servir de base para la continuidad de la capacitación, reflejar los resultados sociales y lúdicos del taller, replicar el taller en otras comisiones y comités.

Periódico mural

De acuerdo con la observación de campo, se pudo apreciar que los usuarios mantienen un contacto directo con este medio; demostrando la importancia del periódico mural como portador de información y posible generador de conocimiento. Por lo cual, se planteó el uso de esta herramienta de forma participativa, donde sean los propios usuarios los que ayuden a organizar y crear contenidos para el periódico

mural, con apoyo de los funcionarios de la organización de usuarios, tanto para el periódico mural ya existente en la Comisión de Mórrope, como para un nuevo periódico mural que se encuentre ubicado en el colegio César Vallejo de Cequión.

Se creyó conveniente que la realización del periódico mural del colegio César Vallejo sea mensual y se realice por grupos organizados por el comité.

Por otro lado, la organización del periódico mural ubicado en la comisión se hará por cada taller a realizarse durante el plan.

Fase 3: Implementación

Gracias al diagnóstico realizado en la fase uno, se identificó al Área de Comunicación y Capacitación como la única capaz de llevar a cabo la iniciativa de comunicación para el desarrollo y el cambio social, por lo que resulta de suma importancia asegurar su actuar responsable en la ejecución del plan. Para ello, se planteó la realización de reuniones con los miembros del área para el conocimiento, explicación y revisión de la propuesta con la finalidad de que en cada reunión se de la firma de un acta de interés, colaboración y participación en la implementación del plan de comunicación.

Asimismo, es necesario un plan de acción para realizar la estrategia de forma ordenada y eficiente. En ese sentido, el plan de acción propuesto especifica las actividades a desarrollarse en cada una de las fases del plan. Este esquema asegura y detalla los recursos humanos y materiales necesarios para la implementación del plan. Además, la estimación detallada y precisa del presupuesto facilita la aprobación del plan por parte de los actores involucrados.

Fase 4: Monitoreo y evaluación

Como estrategias participativas para la evaluación se han considerado al Taller 4 para evaluar el cambio de los usuarios de riego por medio de la actividad, la última reunión con las autoridades para recolectar la opinión y críticas de cada institución, y un *focus group* para evaluar el desarrollo del periódico mural con los equipos de cada periódico. También se tomarán en cuenta otros métodos de recolección de datos tradicionales para el aspecto cuantitativo de la evaluación.

Metas e indicadores

Teniendo como base los objetivos de comunicación planteados en la fase 1 del plan, se establecerán metas e indicadores para cada uno de estos. Las metas se realizarán siguiendo el grado de cambio, que de acuerdo con la FAO (2016), se basa en cuántas personas de la población lograrán el cambio con la propuesta, el comportamiento deseado, qué cambio, y la condición para el cambio, cuánto tiempo demorará. Por otro lado, los indicadores serán los aspectos que servirán para evaluar las metas trazadas como, por ejemplo, el número de participantes en cada taller, las personas inscritas para la limpieza del canal, el número de usuarios que cambiaron su método de riego, entre otros aspectos. Se creyó conveniente usar los indicadores del Ministerio de

Economía y Finanzas, mencionados por la especialista Yamilé Yaranga: eficacia, eficiencia, economía y calidad.

Métodos de recolección de datos

Para obtener información de acuerdo a cada indicador, se necesitan aplicar estrategias de recolección de datos como:

Entrevista a informantes clave. Las entrevistas serán realizadas con la finalidad de obtener datos cualitativos que verifiquen el logro de los objetivos planteados. Dependerá de cada uno de los indicadores de los objetivos para la formulación de las preguntas para cada entrevista. Esta herramienta será desarrollada por el área de Comunicación y Capacitación de la Junta de Usuarios. Y las personas entrevistadas serán seleccionadas de acuerdo con los indicadores y las metas establecidas.

Grupos focales. Esta herramienta está dirigida a los usuarios de riego para conocer su opinión sobre el actuar de la Junta de Usuarios, Comisión de Mórrope y otras entidades que participen durante el desarrollo del proyecto. Al terminar con el intercambio de ideas, se realizará un esquema del grado de satisfacción, de forma grupal para cuantificar la calidad de la actuación de cada organización, de acuerdo a la percepción de cada usuario.

Conversatorio en la sexta reunión. Dentro de las reuniones descritas en la fase dos del plan, se consideró una reunión para la evaluación de la iniciativa de comunicación. Esta actividad contará con la participación de todos los aliados estratégicos y ejecutores del plan.

Fichas de inscripción para la limpia de canal y de asistencia a los talleres y reuniones. Con los datos de las fichas, se realizará una valoración o evaluación de la participación de los actores.

Acta de interés, colaboración, participación y de compromiso. Estos documentos son realizados con la finalidad de que cada aliado tenga un compromiso legal e institucional con la propuesta, por lo que la evaluación de la estrategia se medirá por el número de actas firmadas y por el cumplimiento de cada aspecto acordado.

Exposiciones de los usuarios durante el cuarto taller. Las exposiciones individuales son un tipo de estrategia cualitativa que permitirá evaluar cómo han cambiado desde el inicio del plan hasta el final, cómo mejoraron sus capacidades participativas y comunicacionales. Para este apartado, el equipo del área de comunicación formulará una ficha de evaluación durante cada una de las exposiciones a realizarse.

Informe del proyecto. Para la transcripción y registro de los datos cualitativos recogidos por el grupo focal, las reuniones y los talleres es necesario que el equipo responsable realice un informe de la ejecución del proyecto. Este documento medirá qué tan bien el proyecto ha trabajado sobre los objetivos y cómo ha beneficiado a los usuarios de riego del canal Cequión.

Referencias

- Acunzo, M., Pafumi, M., Torres, C. y Stella Tirol, M. (2016). *Manual de comunicación para el desarrollo rural. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]*. Universidad de las Filipinas, Los Baños
- Alan, D. & Cortez, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>
- Alarcón del Amo, M., André, C., Cantón, Y., Flores, A., Mendoza, A., Pérez, R., Ramírez, M., Romero, C., Sierra, C., y Vásquez, M. (2014). *Comunicación para el Desarrollo: Una guía práctica*. Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación. http://antezanacc.com/docs/Guia_Comunicacion_para_el_Desarrollo.pdf
- Autoridad Nacional del Agua. (s. f.). *Cultura del Agua*. Recuperado el 08 de noviembre del 2021, de <https://www.ana.gob.pe/portal/gestion-del-conocimiento-girh/cultura-del-agua>
- Autoridad Nacional del Agua. (2015). *Plan de gestión de recursos hídricos en la cuenca Chancay Lambayeque. Proyecto de modernización de la gestión de los recursos hídricos*. Recuperado el 08 de noviembre del 2021, de <https://repositorio.ana.gob.pe/handle/20.500.12543/89>
- Banco Mundial. (2019, 1 de abril). *Agricultura y alimentos: Panorama general*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/overview#1>
- Bruna, D. & Villarroel, V. (2020). *5 consejos para construir escalas de apreciación*. Universidad del Desarrollo. (S/f-c). Recuperado el 8 de noviembre de 2021, de http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fpracticaspedagogicaspsicologia.udd.cl%2Ffiles%2F2020%2F11%2Fplantilla12_escalas-de-apreciacion.pdf&cflen=63323
- Congreso de la República del Perú. (2009, 31 de marzo). *Ley n. ° 29338. Ley de recursos hídricos*. *Diario oficial El Peruano n. ° 393473*. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29338.pdf>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2019, 27 de marzo). *Agricultura sostenible es posible si se mejoran estadísticas, investigación y tecnología*. <https://portal.concytec.gob.pe/index.php/noticias/1740-agricultura-sostenible-es-posible-si-se-mejoran-estadisticas-investigacion-y-tecnologia>
- Facultad de Periodismo y Comunicación Social (s.f.). *Diseño de un plan de comunicación. Taller de Producción de mensajes*. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado el 8 de noviembre de 2021, de Edu.ar website:

<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/Dise%C3%B1o-de-un-plan-de-comunicaci%C3%B3n-.docx.pdf>

- Flores, M. & Zavala, K. (2014). Rasgos que definen a una radio comunitaria. *ALAIC*. <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT8-C%C3%A9sar-Flores-C%C3%B3rdova.pdf>
- Franco, P. & Rodríguez, M. (2016). *Formulación de líneas estratégicas para un proyecto participativo de conservación de un ojo de agua de la parroquia El Condado, Barrio Colinas del Norte, sector El Manantial y sector Rancho Bajo*. [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11183/TESIS%20OJO%20DE%20AGUA%2030-05-2016.%20PRODUCTO%20FINAL%20FINAL%20GRADO.pdf?sequence=1>
- French, A. (2016). *¿Una nueva cultura de agua?: Inercia institucional y gestión tecnocrática de los recursos hídricos en el Perú*. *Anthropologica*, 34(37). http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025492122016000200004
- Fuster, D. (2019). *Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/a10v7n1.pdf>
- García, L. (2016). *La aplicación de técnicas de comunicación en la investigación participativa* [tesis de licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala]. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1405.pdf
- Gobierno Regional de Lambayeque. (2016). *Plan regional de acción ambiental 2016-2021*. GRL. Recuperado 08 de noviembre de 2021, de <http://www.munilambayeque.gob.pe/documentos/plaraa-2016.pdf>
- González, M., Moirano P. y Brandolini, A. (2019). *“Cultura en acción: comunicar para transformar las organizaciones”*. Ediciones Universidad Católica de Salta, Argentina.
- Gumucio, A. (2019). *Vigencia de la comunicación en el cambio social. Los caminos de Ciespal*. Chasqui. https://www.researchgate.net/publication/338606752_Vigencia_de_la_comunicacion_en_el_cambio_social_Los_caminos_de_Ciespal
- Identidad y Desarrollo. (2019). *Talleres participativos*. Recuperado de <https://identidadydesarrollo.com/talleres-participativos/>
- Iguñiz, J., Arriaga, P. y Valdez, M. (2020). *Acuerdo nacional 2011 - 2019. Acuerdo nacional*. <http://acuerdonacional.pe/wp-content/uploads/2020/07/Libro-Acuerdo-Nacional-2011-2019.pdf>

- Luque, R., Alburqueque, F., y Alvarado, L. (2015). *Conflictos sociales y recursos hídricos. (Informe n. ° 001-2015-DP/APCSG). Defensoría del Pueblo.* <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2018/05/IA-Conflictos-por-Recursos-Hidricos.pdf>
- Mauri, M. & Elton, M. (2017). *Autoridad moral y obediencia. Tópicos (México)*, (52), 355-374. <https://doi.org/10.21555/top.v0i52.793>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (s. f.). *Vertientes y disponibilidad de agua. Minagri* Recuperado el 12 de mayo de 2017 de <http://minagri.gob.pe/portal/42-sector-agrario/recurso-agua/324-vertientes-y-disponibilidad-de-agua>
- Montes, G. (2021). *La observación participante como metodología de análisis de una obra video escénica. Comunicación y Métodos*, 3(1), 9-24. <https://doi.org/10.35951/v3i1.102>
- Naciones Unidas (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.* Recuperado 08 de noviembre de 2021, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2016). *Comunicación para el Desarrollo Rural: Directrices para la planificación y la formulación de proyectos. FAO.* <http://www.fao.org/3/a-i4222s.pdf>
- Pérez, R. (2016). *La Nueva Cultura del Agua, camino a la sostenibilidad en las aulas de enseñanza técnica superior. IKASTORRATZA.* 17, 31-44. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/191171/3%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, P. (2020). *Visibilidad y libertad de expresión. Radio comunitaria y políticas públicas en México. #RadioComunitaria. Participación ciudadana sin límites. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana: Bonilla Artigas Editores. Pública cultura no. 9.* <http://biblioteca.clacso.org/Mexico/dcsh-uam-x/20201029114445/Radio-Comunitaria.pdf>
- Ramos, E. (2017, 22 de marzo). 80% del agua en Perú se destina a la agricultura; urge un cambio cultural para dejar de desperdiciarla. *Agencia Agraria de Noticias.* <https://agraria.pe/noticias/80-del-agua-en-peru-se-destina-a-la-agricultura-urge-13448>
- Ríos, E., Páez, H., Barbos, J. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento.* <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Sala, C. (2017). *La Comunicación para el Desarrollo: conceptos, aproximación histórica y características generales. Janus Anuario: A comunicação mundializada.* 106-107. Recuperado de

http://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_Desarrollo.pdf

Servaes, L., y Servaes, J. (2021). *Participatory Communication for Social Change. In Handbook of Communication and Development*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781789906356.00015>

Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa. (2016). *Normas de competencia del facilitador de Escuela de Campo para Agricultores*. <https://www.sineace.gob.pe/wp-content/uploads/2016/10/Anexo-Resoluci%C3%A3n-N-%C3%A1156-2016-DEC-EBTP1.pdf>

Vacio, C. (2017). *Análisis de la cultura ambiental en el sector educativo del Municipio de La Paz, Baja California Sur: implicaciones y recomendaciones para el desarrollo sustentable de los recursos naturales*. Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste. <http://dspace.cibnor.mx:8080/handle/123456789/585>

Anexos

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

Información y conocimiento											
Primera reunión: Reunión participativa de presentación del plan de comunicación para promover una Nueva Cultura del Agua en los usuarios de riego del Canal Cequión.	Establecimiento de compromisos con las autoridades	22 de marzo	Miembros del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios	Junta de Usuarios	de	Sándwiches de pollo	10	S/	3.50	S/	35.00
						Gaseosas	3	S/	4.50	S/	13.50
Segunda reunión: Reunión de trabajo del plan de comunicación para promover una Nueva Cultura del Agua en los usuarios de riego del Canal Cequión.	Establecimiento de fechas para las actividades del plan de comunicación.	Se coordina con las autoridades en la anterior reunión	Miembros del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios	Junta de Usuarios	de	Sándwiches de pollo	10	S/	3.50	S/	35.00
						Gaseosas	3	S/	4.50	S/	13.50
Tercera reunión: Jornada de lanzamiento del plan de comunicación para promover una Nueva Cultura del Agua.	Lanzamiento del plan de comunicación	del de	Establecida en coordinación con las autoridades.	Miembros del área de Capacitación y Comunicación	Junta de Usuarios (dependiendo de las preferencias)	Sándwiches de pollo	50	S/	3.50	S/	175.00
						Gaseosas	15	S/	4.50	S/	67.50
						Afiche	50	S/	5.00	S/	250.00
Cuarta reunión: Reunión de trabajo para la planificación del primer taller participativo para promover una Nueva Cultura del Agua en los usuarios de riego del Canal Cequión.	Planificación del primer taller	del	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Miembros del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios	Junta de Usuarios «A» (dependiendo de las preferencias de los participantes)	Sándwiches de pollo	10	S/	3.50	S/	35.00
						Gaseosas	3	S/	4.50	S/	13.50
Quinta reunión: Reunión participativa para la elaboración del periódico mural mensual en la Comisión de Mórrope y en una zona cercana de los usuarios de riego de Cequión.	Planificación para la elaboración del periódico mural	para del	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Miembros del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios	Comisión de Mórrope	Sándwiches de pollo	6	S/	3.50	S/	21.00
						Gaseosas	2	S/	4.50	S/	9.00

Actividad	Resultado	Fecha	Responsable	Localización	Ítem	Cantidad	Precio X Unidad	Precio Total	
Información y conocimiento									
Sexta reunión: Jornada informativa y de evaluación sobre la implementación del plan de comunicación para promover una Nueva Cultura del Agua en los usuarios de riego del Canal Cequión.	Evaluación de los avances del plan de comunicación	Establecida coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	en las	Miembros del área de Capacitación y Comunicación de la Junta de Usuarios	Junta de Usuarios (dependiendo de las preferencias de los participantes)	Sándwiches de pollo	10	S/ 3.50	S/ 35.00
					Gaseosas	3	S/ 4.50	S/ 13.50	
Periódico mural	Creación de dos periódicos murales para promover una nueva cultura del agua	Establecida coordinación con las autoridades	en las	Establecido en coordinación con las autoridades (Miembro de la Comisión Mórrope y del Comité de Cequión)	Zonas cercanas a los usuarios de Cequión	Impresiones a color	72	S/ 0.50	S/ 36.00
					Vitrina para periódico mural	1	S/ 300.00	S/ 300.00	
					Silicona	5	S/ 5.20	S/ 26.00	
					Corrospum	12	S/ 12.00	S/ 144.00	
					Tijeras	2	S/ 5.00	S/ 10.00	
Concienciación									
Primer taller: Somos agua. Taller participativo para la promoción de una nueva cultura del agua de riego.	Realización de <i>podcasts</i> radiales	Establecida coordinación con las autoridades	en las	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Establecida en coordinación con las autoridades	Plumones de Pizarra	3	S/ 3.50	S/ 10.50
					Plumones para papel	3	S/ 2.00	S/ 6.00	
					Cartulinas tamaño A4	30	S/ 0.50	S/ 15.00	
					Cintas adhesivas	2	S/ 4.00	S/ 8.00	
					Folletos a color	30	S/ 5.00	S/ 150.00	
Hojas bond	100	S/ 0.50	S/ 50.00						

Actividad	Resultado	Fecha	Responsable	Localización	Ítem	Cantidad	Precio X Unidad	Precio Total	
					Lápices	40	S/ 0.70	S/ 28.00	
Primer taller: Somos agua. Taller participativo para la promoción de una nueva cultura del agua de riego.	Realización de <i>podcasts</i> radiales	Establecida coordinación con autoridades	en las	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Establecida en coordinación con las autoridades	Menú: Arroz con pollo+ ensalada + vaso de chicha morada	40	S/ 7.00	S/ 280.00
						Ilustraciones en tamaño A3	3	S/ 5.00	S/ 15.00
						Taxis	4	S/ 10.00	S/ 40.00
						Charla	2	S/ 500.00	S/ 1,000.00
Concienciación									
Segundo taller: Más agua para mi cosecha. Taller de capacitación sobre estrategias de riego para el aprovechamiento del recurso hídrico.	Conocimiento y aplicación sobre estrategias de riego	Establecida coordinación con autoridades en la segunda reunión.	en las	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Zonas cercanas al canal Cequiún.	Movilidad en bus	35	S/ 12.00	S/ 420.00
						Menú: Arroz con pollo+ ensalada + vaso de chicha morada	35	S/ 7.00	S/ 245.00
Información y conocimiento - Concienciación									
Segundo taller: Más agua para mi cosecha. Taller de capacitación sobre estrategias de riego para el aprovechamiento del recurso hídrico.	Conocimiento y aplicación sobre estrategias de riego	Establecida coordinación con autoridades en la segunda reunión.	en las	Establecida en coordinación con las autoridades en la segunda reunión.	Zonas cercanas al canal Cequiún.	Cintas adhesivas	2	S/ 4.00	S/ 8.00
						Folletos a color	30	S/ 5.00	S/ 150.00
						Hojas bond	100	S/ 0.50	S/ 50.00
						Lápices	40	S/ 0.70	S/ 28.00
						Papelotes	5	S/ 0.50	S/ 2.50
						Charlas	2	S/ 500.00	S/ 1,000.00
						Pilas	4	S/ 6.00	S/ 24.00
Sándwiches de pollo	35	S/ 3.50	S/ 122.50						

Actividad	Resultado	Fecha	Responsable	Localización	Ítem	Cantidad	Precio X Unidad	Precio Total	
Información y conocimiento - Concienciación									
Tercer taller: Yo soy guardián del agua de mi tierra. Taller de activación de la participación de los usuarios de riego del canal Cequíon en la limpia del canal.	Participación activa en la limpia del canal Cequíon.	Establecida en la segunda reunión.	en las autoridades	en la segunda reunión.	Canal Cequíon	Pelota pequeña de plástico	1	S/ 5.00	S/ 5.00
						Botas de goma	10	S/ 25.00	S/ 250.00
						Gorros	10	S/ 15.00	S/ 150.00
						Palas	10	S/ 30.00	S/ 300.00
						Cintas de embalaje	3	S/ 4.00	S/ 12.00
						Gomas de barra	3	S/ 1.50	S/ 4.50
						Sándwiches de pollo	35	S/ 3.50	S/ 122.50
						Gaseosas	35	S/ 4.50	S/ 157.50
Información y conocimiento - Concienciación									
Cuarto taller: Por mí, empieza el cambio. Taller para desarrollar líderes de cambio para una nueva cultura de agua de riego.	Formación de líderes de cambio	Establecida en la segunda reunión.	en las autoridades	en la segunda reunión.	Persona asignada en las reuniones con autoridades	Plumones de pizarra	3	S/ 3.50	S/ 10.50
						Mota de pizarra	1	S/ 3.00	S/ 3.00
						Impresión de actas de compromiso	30	S/ 0.20	S/ 6.00
						Menú: Arroz con pollo + ensalada + vaso de chicha morada	40	S/ 7.00	S/ 280.00
TOTAL								S/ 6,343.50	