



*Federación de Asociaciones Cooperativas Pesqueras
Artesanales de El Salvador de Responsabilidad Limitada*
FACOPADES DE R. L.

12-4-2021

Océanos sin plásticos.

Campaña de concientización.

Índice

1. Introducción	2
2. Objetivos	3
2.1. Objetivo General.....	3
2.2. Objetivos Específicos.....	3
3. Introducción de la campaña.....	4
3.1. Presentación de la campaña	4
3.2. Población a la que va dirigida.....	4
3.3. Beneficios esperados de la campaña.	5
3.4. Presupuesto	5
3.5. Tiempo de impacto en promedio de la campaña.	5
4. Fundamentación de la campaña.....	6
4.1. Procedencia del Financiamiento para el desarrollo de la campaña.....	6
4.2. Medios que se utilizarán para promover la campaña.....	6
4.3. Justificación	7
5. Conclusión	8
6. Bibliografía.....	8
7. Anexos	9

1. Introducción

El presente documento tiene por objeto presentar la campaña de concientización, **“océanos sin plásticos”** así como las diferentes estrategias que FACOPADES aplicará para promover su causa y lograr una mayor participación de la sociedad civil en estas actividades.

La campaña esta dirigida a la concientización de la población para no tirar desechos plásticos a las fuentes de agua, ríos, lagos y lagunas de El Salvador con el fin de evitar la acumulación de plásticos en el océano.

La organización que la impulsa es la Federación de Asociaciones Cooperativas Pesqueras Artesanales de El Salvador de Responsabilidad Limitada. Que puede abreviarse FACOPADES de R.L.

La federación aglutina 36 cooperativas pesqueras a nivel nacional y su finalidad es apoyar a sus afiliadas para una buena administración de sus recursos, acompañarlos en la gestión de proyectos, hacer incidencia en temas pesqueros y de conservación de los recursos naturales a través de una pesca responsable. En ese sentido han venido participando en eventos de concientización en diferentes temas. Para el año 2021 se tiene propuesta la campaña de concientización “océanos sin plástico” con la participación de las cooperativas pesqueras a lo largo del país tanto marítimas como de aguas continentales.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Desarrollar una campaña de marketing social para promover el tema de océanos sin plástico, generando estrategias que facilite a la federación llevar a cabo sus actividades para la protección de los recursos pesqueros y su hábitat.

2.2. Objetivos Específicos

- a) Definir las estrategias a implementar para generar un cambio en el comportamiento de las personas a fin de que puedan dar un mejor tratamiento a sus desechos plásticos.
- b) Identificar donantes potenciales del sector empresarial que apoyen a la federación para el desarrollo de las actividades.
- c) Identificar los factores que ayudarían a incrementar la participación de personas en las campañas de concientización.

3. Introducción de la campaña

3.1. Presentación de la campaña

FACOPADES de R.L. una institución sin fines de lucro, de naturaleza Asociación Cooperativa, Adscrita al Departamento de Asociaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería, obteniendo su personería jurídica el día nueve de junio de mil novecientos noventa y tres e inscrita al código 1044-42-SNR-09-06-93.

La Federación nace en el año de 1993 con una membresía de solamente 10 cooperativas que se encontraban a lo largo de la costa del país. Actualmente su membresía está integrada por 36 Cooperativas pesqueras artesanales, distribuidas en todas las costas salvadoreñas y aguas continentales. Desde su nacimiento en 1993, FACOPADES de R.L. se ha caracterizado por representar y defender los intereses de sus cooperativas asociadas a nivel nacional e internacional, así como por brindarles servicios propios de asistencia técnica, contable,

capacitación y demás que sean necesarios para el logro de los objetivos de sus afiliados. De la misma manera, ha fomentado la organización de las cooperativas pesqueras y su integración a la federación con la finalidad de unificar el movimiento cooperativo pesquero y cooperativismo nacional.

Presentación de la actividad:

“El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente alerta sobre las consecuencias de contaminar nuestros océanos con plásticos y asegura que más de 8 millones de toneladas de plástico terminan en los océanos cada año”. (ONU, 2017)

Se ha seleccionado la campaña “océanos sin plástico” con el fin de disminuir el impacto que esta generando la acumulación de plástico en nuestros cuerpos de agua interiores como también en nuestro océano, perjudicando las especies pesqueras y a la biodiversidad acuática en general.

3.2. Población a la que va dirigida.

En primer lugar, se espera desarrollar la campaña en las comunidades

pesqueras que son las que habitan cerca de las cuencas hidrográficas, de manera que se pueda generar conciencia para el buen uso y desecho de materiales plásticos evitando que lleguen a los cuerpos de agua, quebradas, ríos, lagos, lagunas, esteros y playas de El Salvador.

Después de realizadas las actividades con estas comunidades se pretende realizar publicaciones para llegar a mas personas, generando un mayor impacto en el comportamiento de la sociedad en general.

3.3. Beneficios esperados de la campaña.

- Se espera generar conciencia en la población salvadoreña a fin de garantizar un cambio en el comportamiento para el buen uso y desecho de material plástico.
- Se espera la disminución significativa de plásticos en el océano.
- Se garantizaría mejor hábitat para las especies acuáticas.
- Disminución de la contaminación en cuerpos de agua.

- Pesca más segura y alimento más saludable.

3.4. Presupuesto

Se espera contar con un presupuesto de al menos \$500 dólares por campaña para la compra de combustible para las lanchas y para vehículos, bolsas para la recolección de plásticos, guantes y mascarillas entre otros insumos necesarios.

Para las impresiones de material informativo se espera contar con el apoyo de otras organizaciones socias y para el transporte de los desechos se coordinará con las alcaldías de cada zona beneficiaria.

Las charlas de concientización serán impartidas por líderes de la federación como aporte de contrapartida.

3.5. Tiempo de impacto en promedio de la campaña.

Se espera generar un impacto multiplicador mediante el aprovechamiento de la innovación, la iniciativa y la creatividad con especial atención a los materiales plásticos de manera que puedan generar ingresos adicionales para las familias de

pescadores y que pueda ser sostenible en el tiempo. De esta manera el tiempo de impacto sería a largo plazo, es decir, al menos 5 años.

4. Fundamentación de la campaña

Se ha dirigido la campaña a las comunidades de pescadores por ser los afectados directamente por la contaminación de los cuerpos de agua, las redes de pesca se dañan con frecuencia a causa de la basura, los peces capturados pierden valor al ser dañados por desechos plásticos y se pierde la calidad del producto para comercialización y consumo.

Además, son las comunidades de pescadores quienes habitan en las riveras de las microcuencas y cuencas hidrográficas, por ende, debemos empezar por concientizarlos para un cambio en el comportamiento respecto a los desechos plásticos.

Con la finalidad de proteger las zonas de recarga hídrica como lo menciona la ley de Medio Ambiente en el Art. 71.- El Ministerio identificará las zonas de recarga acuífera y promoverá acciones que permitan su

recuperación y protección.
(MARN)

4.1. Procedencia del Financiamiento para el desarrollo de la campaña.

El presupuesto en efectivo que se ha detallado para la campaña procede de la Fundación Interamericana IAF. El cual está contemplado dentro de un proyecto ejecutado por FACOPADES durante los años 2020 – 2023.

La contrapartida es de parte de FACOPADES, alcaldías municipales, cooperativas de pescadores y organizaciones socias.

4.2. Medios que se utilizarán para promover la campaña

Para promover la campaña iniciaremos realizando publicaciones en las redes sociales, con mensajes que motiven a la población a participar en las actividades.

Para realizar las charlas de concientización se utilizará brochure con notas informativas y fechas para cada actividad a realizar.

Se dará a conocer la campaña y sus resultados a través de medios de

televisión local para cada zona geográfica.

Para realizar las campañas de recolección de plástico se utilizarán banners con el slogan de la campaña y se tomaran fotografías para realizar las publicaciones y de esta manera dar a conocer a la población en general las actividades que se están realizando.

Nombre de la campaña: océanos sin plástico.

Slogan: océanos limpios generan peces saludables.

4.3. Justificación

Hemos visto por años como va en aumento la contaminación de los cuerpos de agua y por ende la contaminación y disminución de las especies pesqueras. Se puede observar el abandono de parte de las autoridades competentes para solucionar esta problemática.

Hace algunos años se iniciaron esfuerzos para reducir los plásticos en los cuerpos de agua y se tuvieron buenos resultados utilizando el método de reciclaje, muchas personas en las comunidades aledañas se dedicaron a la recolección de plásticos

y se tuvo gran impacto en los cuerpos de agua. Con el paso del tiempo se perdió el interés por recolectar plásticos en muchas personas debido al bajo costo al que lo están comercializando.

Hoy en día podemos ver nuevamente la acumulación de desechos en las riveras de los cuerpos de agua, sabemos que todo lo que llega a los lagos y lagunas se va a los ríos que a su vez lo llevan al mar contaminando especies acuáticas a su paso.

Es por ello que se pretende realizar una campaña de concientización con la finalidad de disminuir los desechos plásticos que llegan al mar, contribuyendo a una vida mas saludable para los pescadores y los consumidores de productos pesqueros.

Se tiene planificado realizar las actividades en coordinación del personal del MARN presentes en la zona geográfica donde se lleven a cabo y la municipalidad correspondiente, en cumplimiento a la ley del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Capitulo II
MEDIO AMBIENTE COSTERO-

MARINO, AGUAS MARINAS Y SUS ECOSISTEMAS, Art. 72 Es obligación del Ministerio, en coordinación con los Concejos Municipales y las autoridades competentes, proteger los recursos naturales de la zona costero-marina. (MARN, 2012)

5. Conclusión

La publicidad es de gran importancia para dar a conocer la campaña a implementar y a la organización, por tanto, se espera mejorar la publicidad primeramente de la organización como tal y promover la publicidad de la campaña que se ha propuesto a fin de garantizar el éxito de las actividades, además se espera contar con la participación interinstitucional tanto en la planificación de la campaña como en el desarrollo de la misma.

Una campaña bien planificada podría ser de apoyo para la captación de nuevos aliados, donadores financieros y voluntariado para llevar a cabo más proyectos de protección a los recursos naturales en las comunidades de pescadores.

6. Bibliografía

MARN. (2012). *Ley del medio ambiente*. San Salvador.

ONU, N. (17 de mayo de 2017). *Noticias ONU*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2017/05/1378771>

Paúl, F. (Octubre de 2019). *BBC News Mundo*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50115798>

Rojas, R. (s.f.). *Espacios Maritimos - Comité Oceanográfico Nacional*. Obtenido de http://www.cona.cl/pub/libro_geologia/1.pdf

7. Anexos

Cuadro N° 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES FACOPADES DE R.L.													
CAMPAÑA OCEANOS SIN PLASTICO													
ACTIVIDADES	PROGRAMACION PARA 3 meces												
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13
	2021												
Planificación del plan de Marketing social													
Diseño de estrategias para la campaña													
Diseño de herramientas digitales para la publicidad													
Elaboración de material impreso													
Impartir charlas de concientización comunidades occidente del país													
Impartir charlas de concientización comunidades zona paracentral													
Impartir charlas de concientización comunidades oriente del país													
Desarrollo de campañas de recolección de plásticos en cuerpos de agua.													
Talleres de reciclaje y reutilización de material plástico.													
Publicación de resultados.													
Publicidad en los medios de comunicación y redes sociales de las actividades durante la campaña													