



**LA PAMPA
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI)**

CONTRATO DE OBRA EXP. N° 1942204 01

**“ESTADO DE SITUACIÓN DEL VINCULO, LA
INTERACCIÓN Y LOS CANALES DE COMUNICACIÓN
AL INTERIOR DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
PROVINCIAL”**

**-INFORME FINAL -
OCTUBRE 2021**

LEMAN TRADE SA.

ÍNDICE

| | |
|---|----------------|
| I. RESUMEN..... | pág. 4 |
| II. INTRODUCCION..... | Pag.5 |
| III. SELECCIÓN Y RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS..... | pág. 6 |
| 1. Área de gobierno Dirección General de Planificación Social. Ministerio de Desarrollo Social Plan Pro Vida..... | pág. 6 |
| 2. Área de gobierno Dirección General de Planificación Social. Ministerio de Desarrollo Social Plan Pro Vida..... | pág. 13 |
| 3. Área de gobierno Dirección de Ganadería. Subsecretaría de Asuntos Agrarios. Ministerio de la Producción Programas, Planes y Acciones. | pág. 22 |
| IV. DISEÑO DE INSTRUMENTOS PARA LA CAPTURA Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SU MARCO DE REFERENCIA..... | pág. 26 |
| 1. Base de entrevista abierta a funcionarias/os y agentes de gobierno..... | pág. 27 |
| 2. Base de entrevista abierta a beneficiarias/os y/o productoras/es..... | pág. 27 |
| V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS..... | pág. 27 |
| 1. Programa Emprendedores..... | pág. 28 |
| 2. Plan Provida..... | pág. 30 |
| 3. Plan Ganadero..... | pág. 34 |

| | |
|--|----------------|
| V. CONFORMACIÓN DE EQUIPO DE FACILITADORES, PAUTAS Y CAPACITACIÓN..... | pág. 38 |
| VI. ANÁLISIS CUALITATIVO. RELEVAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL ALCANCE DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SELECCIONADAS..... | pág. 40 |
| 1. Vínculos y Niveles de interacción entre funcionarios/as y Agentes de Gobierno: | pág. 40 |
| 2. Reconocimiento de las políticas públicas de la provincia por parte de Beneficiarios/as y/o Productores/as | pág. 46 |
| VII. ANÁLISIS CUANTITATIVO. RELEVAMIENTO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA EL ALCANCE DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA | pág. 48 |
| VIII. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS..... | pág. 49 |
| IX. CONCLUSIONES | pág. 63 |
| X. RECOMENDACIONES | pág. 65 |

I. RESUMEN

Para el análisis del presente se tomó como objeto de estudio planes y programas del Ministerio de la Producción y del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de La Pampa, tres acciones de gobierno seleccionadas que tienen un despliegue territorial en distintas localidades y que requieren de la articulación con los municipios de La Provincia.

Partimos del análisis de estas políticas realizando una descripción técnica, sus características y resultados. Una información exhaustiva que fuera registrada por los agentes de gobierno. Recopilados estos datos, avanzamos con la investigación desde un abordaje cualitativo, centrándonos en la promoción de las políticas públicas, a través de canales digitales y testimonios de los actores involucrados.

Para tener mayor cercanía con la población, se designaron facilitadores vinculados a El Plan o El Programa con el conocimiento necesario para poder recolectar el material solicitado. Para ello, se diseñó un documento o cuestionario que ha permitido avanzar en el análisis cualitativo sobre el vínculo comunicacional entre las instancias producción/reconocimiento; emisión/recepción y sus características.

Fue necesario profundizar en algunos aspectos cuantificables por lo que, centrándonos en las principales ciudades de la provincia de La Pampa, durante los últimos días del mes de julio del año 2021 y la primera semana del mes de julio del mismo año, se realizó una encuesta para poder dar cuenta de los alcances de la comunicación de las políticas públicas seleccionadas en particular y de la gestión de gobierno en general.

De las regularidades surgidas de las entrevistas (estudio cualitativo) y de las encuestas (estudio cuantitativo) surgen los elementos que nos permitieron determinar el estado de situación de la comunicación interna de La Provincia. A partir de sus resultados, formulamos las conclusiones y recomendaciones que cierran el presente proyecto.

II. INTRODUCCIÓN

En cumplimiento con las pautas establecidas en el plan de trabajo que fue aprobado por las diferentes áreas técnicas del Consejo Federal de Inversiones y que fuese redactado en forma coordinada y consensuada con las autoridades del Gobierno de la Provincia de La Pampa, en el marco de los requerimientos establecidos y en cumplimiento con las pautas planteadas oportunamente, en primera instancia se desarrolla una aproximación a las tres políticas públicas implementadas por distintas áreas de gobierno, en el territorio provincial.

El análisis de las políticas públicas seleccionadas nos aportará un conocimiento acabado de sus objetivos y las articulaciones necesarias para su implementación en el territorio. Asimismo, será un rastreo operativo de cada uno de los planes y programas, en adelante El Plan ó El programa, sugeridos por la provincia de La Pampa, en adelante La Provincia, donde se da cuenta de las características técnicas, alcances y características de la selección, consensuada con la gestión.

Luego se avanzó con un análisis de corte cualitativo, para lo cual se diseñó un documento base para entrevistar a las personas involucradas, confeccionado de acuerdo a ejes conceptuales generales, para que funcione como guía, y poder identificar de una forma exhaustiva el perfil de las y los técnicos, beneficiarias/os y su relación con el La Provincia. Dada la coyuntura, se definió avanzar con la distribución de esos ejes, en formato de cuestionario, lo cual dificultó la profundización en algunas respuestas y con algunos perfiles específicos, aunque sirvió para dinamizar la recolección de la información.

Un punto determinante que se observó, y se incorporó necesariamente al presente análisis, fue la mención recurrente de las dificultades para acceder a las comunicaciones virtuales, en salas de reuniones on-line. Los entrevistados identificaron conexiones deficientes o inexistentes, siendo las distancias y la ruralidad factores determinantes para entablar contacto con el personal técnico de El Plan o El Programa o sus destinatarias/os.

Resultado necesario profundizar en las formas de consumo del universo, habitantes de La Provincia, para alcanzar una aproximación a las formas en que se construyen y manifiestan sus representaciones sociales -de acuerdo a la edad, lugar de residencia y, de acuerdo a sus consumos mediáticos- y el grado de reconocimiento de las políticas públicas en análisis.

En este sentido, se realizó un estudio de corte cuantitativo para, en función de los datos demográficos, realizar una comparación entre los medios de comunicación utilizados y la ponderación que realiza cada grupo a la hora de seleccionar los medios

para informarse. Para eso, procesaremos las respuestas de distintos grupos para lograr una aproximación sobre el vínculo entre el Estado, la Ciudadanía y la ponderación que surjan de las respuestas a un formulario que nos permitirá medir y cuantificar su comportamiento.

En este sentido, podemos describir los datos utilizados y/o solicitados en el presente en una estructura de tres pilares, comenzando por uno que indaga sobre el NSE de las personas encuestadas, grupos etarios, zonas geográficas de distribución poblacional y capitales culturales. Un segundo pilar compuesto por preguntas referidas a consumos mediáticos y, en tercer lugar se utilizó preguntas sobre grado de conocimiento de El Plan y El Programa objeto de estudio.

III. SELECCIÓN Y RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

1. Área de gobierno | Subsecretaría de Desarrollo Local. Ministerio de la Producción.

El 11 de diciembre de 2019, la Subsecretaría de Desarrollo Local, dependiente del Ministerio de la Producción, a cargo del Dr. Ricardo Moralejo, toma a su cargo la gestión de los créditos otorgados por el Título IX de la Ley Provincial de Desarrollo Económico Nro. 2870, mediante la cual se otorgan asistencias financieras a emprendedores por intermedio de municipios y comisiones de fomento.

Esta línea de créditos entró en vigencia a fines del año 2015 y comenzó a gestionarse en el ámbito del Ministerio de Desarrollo Territorial, el cual funcionó hasta el 10 de diciembre de 2019, momento en que desaparece y pasa a formar parte del Ministerio de la Producción.

Es importante destacar que el Gobierno de la Provincia de La Pampa, mediante la sanción de la Ley 3196 a fines de 2019, impuso un tope a la tasa que beneficiarios actuales y futuros afrontarán para el pago de estos créditos, brindando una solución definitiva a la problemática de la suba indiscriminada de la tasa de referencia efectuada por el BCRA en los últimos tiempos.

Desde el comienzo de la gestión, la Subsecretaría de Desarrollo Local se ha propuesto mantener un estrecho contacto con intendentes y cuerpos técnicos tanto de localidades que han entregado créditos como aquellos que están interesados en hacerlo.

En este sentido, se han visitado casi la totalidad de localidades a la fecha, abarcando así el 100% de créditos otorgados. Estas visitas se planificaron y realizaron siguiendo las siguientes premisas:

- Tomar contacto con jefes comunales y personal técnico, escuchar problemáticas y plantear líneas de trabajo
- Tomar contacto con emprendedores financiados, conocer su experiencia con la línea de crédito
- Relevar estado de situación general de los proyectos
- Comunicar la necesidad de ser muy selectivos con los casos a financiar, dado que se contará con un presupuesto limitado
- Comunicar la necesidad de una forma de comunicación y trabajo lineal de doble sentido: Subsecretaría – Municipio – Emprendedor
- Asistir a los cuerpos técnicos sobre la oferta de créditos de este Ministerio, para dar respuestas a la mayor parte de solicitudes que se acerquen a los municipios
- Relevar necesidades de capacitaciones e informar sobre metodologías de trabajo en este aspecto
- Informar sobre el desarrollo de herramientas informáticas para la evaluación de proyectos y formulación de los créditos

Estado de situación y acciones de los primeros meses de gestión

Las primeras conclusiones aportadas por la Subsecretaría, en base al análisis de créditos otorgados y a la información recogida durante los primeros meses de gestión, de parte de representantes municipales y emprendedores, son las siguientes:

- Desde su entrada en vigencia hasta diciembre del año 2019, mediante esta línea se canalizaron por intermedio de 61 municipalidades y comisiones de fomento, 819 créditos por un monto de \$242.543.775,30.
- De los créditos gestionados, 39 fueron devueltos por los emprendedores una vez que el dinero se transfirió al municipio y/o comisión de fomento y no llegaron a monetizarse.

- Posteriormente, 52 créditos fueron cancelados en su totalidad por los beneficiarios ante el temor del constante incremento del valor de la cuota.
- Los beneficiarios pueden clasificarse de la siguiente manera:
 - 238 mujeres – 29%
 - 561 hombres – 69%
 - 20 personas jurídicas de distinto tipo – 2%
 - Del total, 288 beneficiarios eran menores a 35 años al momento de recibir el préstamo – 35%
- Con respecto al tipo de proyecto financiado, de acuerdo a las declaraciones efectuadas por los municipios al solicitar el crédito al gobierno provincial, son las siguientes:
 - Ampliación de la actividad 386 proyectos – 47%
 - Nuevo emprendimiento 381 proyectos – 46%
 - Reactivación de la actividad 20 proyectos – 3%
 - Reconversión de la actividad 32 proyectos - 4%
- Tanto autoridades, como cuerpos técnicos y emprendedores, coinciden que la línea es una herramienta importante para la consolidación de proyectos y ha permitido una descentralización territorial muy importante de fondos.
- La grave crisis económica y financiera de los años 2018 y 2019, sumado al principal déficit que presentaba la línea, que era la variabilidad de la tasa (en un contexto de utilización de las tasas de referencia como variable de ajuste de la política monetaria), representó el mayor problema para la gran mayoría de los proyectos, dado que debieron afrontar cuotas que crecían desmesuradamente a la vez que las ventas caían de manera inversamente proporcional.
- La gran cantidad de instancias administrativas y los consecuentes largos plazos de gestión de esta línea son una crítica constante, ya que en la casi totalidad de casos el dinero para el desarrollo de los proyectos llegó más tarde de lo planificado y muy desvalorizado.
- Si bien los municipios han incorporado herramientas de análisis técnico para la evaluación de proyectos, solicitan acompañamiento para mejorar este aspecto.
- Uno de los principales reclamos de los emprendedores, es la necesidad de mejorar sus canales de venta y ampliar sus mercados.
- Han surgido requerimientos y consultas sobre diferentes temáticas, las cuáles han sido tenidas en cuenta para el armado del programa de capacitaciones y asistencias técnicas llevadas adelante por la Subsecretaría

- Existe un reclamo constante entre los emprendedores, es la falta de acompañamiento por parte de las autoridades una vez que accedieron al préstamo. Por lo tanto esta ha sido una demanda muy importante a satisfacer mediante acciones específicas.

Estado de situación de los proyectos financiados

Dada la imposibilidad de realizar un relevamiento exhaustivo de todos los proyectos financiados en un breve período de tiempo y contar rápidamente con un diagnóstico actualizado, se solicitó a los municipios que completaran una encuesta, a modo de DDJJ, sobre el estado de situación de los emprendimientos financiados, a la vez que se les solicita otros de datos de interés como detalle de los miembros de los Consejos Productivos Locales, datos de contacto del facilitador o técnico responsable de la localidad, etc. Este relevamiento se realizará todos los años a los efectos de contar con un seguimiento acabado de los proyectos asistidos.

De acuerdo a la información recibida hasta el momento (22 localidades y 292 casos), podemos destacar las siguientes características actuales de los proyectos asistidos:

- Un 86,57% de los proyectos están en actividad, se ha recogido también que gran parte de los proyectos financiados de alguna manera estaban en funcionamiento y se formalizaron para acceder a esta línea.
- Según lo informado por los cuerpos técnicos de los municipios, un 62,54% de los proyectos tienen una buena viabilidad (por viabilidad se entiende la potencialidad de crecimiento a futuro) y el 5,30% una viabilidad regular, el resto de los proyectos no tienen un futuro promisorio en la actividad o no se informa su evaluación.
- Sólo un 24,03% de los proyectos no están inscriptos bajo ninguna figura impositiva actualmente, el resto se divide principalmente en monotributistas 47,35% y Responsables Inscriptos 26,86% y monotributistas sociales 1,77%.
- La gran mayoría de las localidades ha realizado un trabajo serio y consistente. Se observa una gran diferencia de resultados (en este sentido consideramos casos de éxito aquellos proyectos que continúan activos y la tasa de recupero que demuestra el municipio), en aquellas localidades donde se ha priorizado el trabajo técnico sobre el político. En este sentido, la situación del pago de cuotas de los proyectos financiados a los municipios a marzo del corriente año es la siguiente:
 - 61,84% poseen su deuda al día
 - 35,69% presentan atrasos en los pagos
 - 2,47% han cancelado sus préstamos con el municipio

- Actualmente, el 25,44% de los proyectos realizan una actividad industrial (incluimos aquí toda transformación de materia prima a producto final, por lo que principalmente encontramos en este rubro panaderías y elaboradores de alimentos, seguidos por metalúrgicas, carpinterías de aluminio y melaminas y elaboradores de hormigón), un 9,19% realiza actividades primarias (principalmente crías de aves y cerdos), el 43,46% realiza ofrece servicios, el 16,96% realiza actividad comercial y el porcentaje restante no fue informado.
- Con respecto a la empleabilidad actual, la gran mayoría de los proyectos no cuenta con personal adicional al emprendedor (se solicitó informar no formalizados también), según se observa a continuación:
 - El 71,73% de los casos no cuentan con personal adicional al titular.
 - Un 12,01% manifiesta tener 1 empleado
 - Un 16,25% se divide principalmente entre 2 y 3 empleados, llegando a informarse casos que cuentan con hasta 12 empleados actualmente.
- En cuanto a las habilitaciones con las que trabajan estos emprendimientos, más de la mitad lo hace con habilitación municipal, el 51,59%, un 9,54% posee habilitación provincial (principalmente vinculadas a la elaboración de alimentos) y solo un 1,77% tienen algún tipo de habilitación nacional (laboratorios, servicios de internet, apicultores, etc.).
- Con respecto a los mercados en dónde colocan sus productos u ofrecen sus servicios, la gran mayoría informa que lo hace local o regionalmente (localidades vecinas), solo un 7,07% informa que lo hace a nivel provincial y un 6,01% a nivel nacional. Hasta el momento no se han informado casos de ventas al exterior.
- Comercialmente no se observa una gran profesionalización de los proyectos informados hasta el momento, ya que un 75,62% lo hace de manera personal o en locales propios, mientras que un 7,42% utiliza canales digitales y sólo un 2,83% recurre a los servicios de vendedores.
- En relación al punto anterior, sólo el 34,8% informa que tiene presencia digital mediante sitio web o alguna red social.
- Se consultó a los beneficiarios si requerían asistencia de capacitaciones y asistencia financiera. Con respecto a las capacitaciones, un bajo porcentaje

informa que estaría interesado en recibir capacitaciones de las siguientes temáticas: técnicas vinculadas a su actividad principal (16,25%), administración y gestión (5,30%) y comerciales (5,65%).

- Por último, solo el 23,67% de los proyectos requieren algún tipo de asistencia financiera para nuevos proyectos, esto no sorprende en un contexto de incertidumbre generalizado.

Acciones y actividades efectuadas durante el 2020

Pese a las dificultades que se plantearon a partir de marzo del corriente año cuando se instaló la pandemia por COVID-19, esta Subsecretaría, siguiendo los lineamientos establecidos por el Ministro Dr. Ricardo Moralejo, arbitró los medios necesarios para continuar gestionando actividades en favor de los emprendedores pampeanos.

Teniendo en cuenta tanto los diagnósticos realizados como las demandas recogidas de emprendedores y representantes de los gobiernos locales, se planificó una agenda de trabajo virtual en conjunto con visitas presenciales a la mayor cantidad posible de municipios y comisiones de fomento para asesorar y acompañar la implementación de la línea en esta nueva etapa.

A continuación, se detallan las actividades desarrolladas desde el inicio de la gestión:

- Uno de los primeros desafíos a fines de 2019, fue el de coordinar la comunicación, adhesión por parte de los municipios e implementación de la mencionada Ley 3196, a los efectos de que todos los beneficiarios de créditos del Título IX de la Ley 2870 accedan a la reducción de tasa a partir de enero de 2020. Esto se logró completamente pese a que se contó con un escaso tiempo, fruto de un trabajo coordinado tanto con la Subsecretaría de Ingresos Públicos como la Secretaría de Asuntos Municipales y afortunadamente todos los beneficiarios y beneficiarias vieron reducidas sus cuotas de enero 2020, al aplicarse una tasa fija del 6% durante el corriente año, que subirá al 10% a partir del 2021.
- En marzo del corriente, se realizó el relanzamiento de la Línea de Asistencia Financiera del Título IX de la Ley 2870, para lo cual se notificó a todos los municipios y comisiones de fomento sobre los requisitos documentales a cumplimentar para la presentación de proyectos y solicitud de préstamos. Detallamos el estado de solicitudes al 10/11/20:

| Año | 2020 |
|---|------------------|
| Cantidad de prefactibilidades recibidas | 101 |
| Monto de prefactibilidades recibidas | \$ 48.063.056,77 |
| Localidades que presentaron prefactibilidades | 29 |
| Cantidad de ordenanzas recibidas | 60 |
| Monto de ordenanzas recibidas | \$ 27.948.056,77 |

- Pese a la dificultad de continuar realizando visitas a distintas localidades y comisiones de fomento, para trabajar junto a intendentes y cuerpos técnicos en los aspectos vinculados a la correcta aplicación de los criterios de la Ley 2870 e implementar tareas de acompañamiento a emprendedores, las acciones continuaron de manera virtual ininterrumpidamente y se retomaron de manera presencial cuando las diferentes fases de aislamiento lo fueron permitiendo. Gracias a esto, la gran mayoría de las localidades fueron visitadas al menos una vez y con gran parte de ellas mantenemos un fluido contacto telefónico y virtual.
- En base a las necesidades relevadas en encuentros, contactos y visitas realizadas a emprendedores, se definió un “Plan de Asistencia Técnica, Asesoramiento y Monitoreo de los Emprendedores/as”, cuyo objetivo principal es acompañar a cada emprendimiento, asesorarlos y/o capacitarlos según las necesidades de cada uno, a la vez que se busca brindarles herramientas que potencien su capacidad productiva, comercial y de gestión en el corto y mediano plazo, con una fuerte búsqueda del mejoramiento de su competitividad.

De este programa participaron emprendedores de más de 30 localidades y la totalidad de ellos se mostraron muy satisfechos con el mismo.

Dentro de las acciones llevadas adelante en este programa, podemos mencionar

- Creación de un grupo de WhatsApp para generar vinculación y alianzas entre emprendedores
- Generar espacios de difusión en redes sociales del Ministerio para acompañar y difundir emprendimientos
- Se dictó el curso online “Redes Sociales y Ventas”, orientado a la optimización del uso de las redes sociales con fines comerciales, a cargo de la Lic. Carina Balsa y Marisol Prevotel.

- Se dictó el curso online “Estrategias: Herramientas para Accionar”, a cargo del Lic. Claudio Enriquez.
- Se generaron Charlas virtuales con profesionales sobre diferentes temáticas:
 - “Administración y Gestión Contable” y “Análisis de Costos” por el Lic. Marcos Pico, Director de Micro emprendimientos y Micro Pymes
 - “Propiedad intelectual y registro de Marca” a cargo del Lic. Mariano Rodríguez
 - “Presentación de la plataforma TRADE La Pampa” a cargo de Nicolás Cavallaro.
 - “El poder de la Imagen en Ventas”, a cargo de Andrea DiFiori
 - Se realizó la Ronda de Negocios Virtual “Emprende: Alianzas para seguir creciendo”, con emprendedores y comerciantes de toda la provincia.
 - Se realizó un “Conversatorio virtual entre el Ministro de la Producción, Dr. Ricardo Moralejo, y emprendedores”.
- Se organizó, junto el Instituto de Promoción Económica y la Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas de la Universidad Nacional de La Pampa, el “Curso de Formación y Tratamiento de Proyectos en Municipios”, orientado a capacitar a cuerpos técnicos de municipalidades y comisiones de fomento sobre herramientas de evaluación, acompañamiento y seguimiento de proyectos productivos. El mismo consta de 6 talleres virtuales y se han inscripto más de 60 municipios y comisiones de fomento.

2. Área de gobierno | Dirección General de Planificación Social. Ministerio de Desarrollo Social | Plan Pro Vida

El Plan Pro-Vida es una política pública inclusiva que desde el año 1992, acompaña a la familia pampeana a través del trabajo conjunto de la Provincia y el Municipio con diferentes modalidades y propuestas durante el verano y el invierno. Entre sus ejes fundamentales el Pro Vida propone:

- Ofrecer actividades orientadas a la familia y a sus integrantes desde una perspectiva de promoción y protección de Derechos.
- Propiciar la integralidad de los proyectos y acciones generadas. Esto implica la planificación, articulación e implementación de actividades fortaleciendo la complementariedad y el trabajo en red.
- Fortalecer espacios de encuentro y relaciones de solidaridad entre los diferentes grupos sociales que componen la comunidad pampeana.

El programa Pro Vida se transformó en Plan y esto tuvo por finalidad definir las ideas que van a orientar y condicionar el resto de los niveles de planificación (programas y proyectos locales), determinando prioridades y criterios. Se establece una estrategia que da sentido a los programas que lo integran de forma que no se hagan actuaciones aisladas sino que todas tengan una coherencia y finalidad única: propiciar espacios de participación para los integrantes de la familia pampeana.

Se ha implementado capacitación permanente y sistemática para los equipos locales, a través de encuentros provinciales y regionales como así también virtuales durante los cuales se entregó material de consulta, con el objetivo de brindar herramientas conceptuales y prácticas que permitan:

- Promover el buen trato en todos los programas y actividades del plan.
- Favorecer la inclusión de las personas con discapacidad.
- Implementar juegos recreativos con diferentes grupos etarios.
- Adquirir conocimientos en R.C.P. (Reanimación Cardiopulmonar) y Primeros Auxilios.

Se dio un nuevo impulso al programa Vínculos Saludables, acrecentando las acciones de capacitación y sensibilización que promuevan la cultura del buen trato.

Se dio una nueva impronta al programa “Comedores Integrales” a través de “Nutrir para el desarrollo...” con la intención de favorecer la nutrición y alimentación de niñas, niños, adolescentes y adultos mayores en entorno integrador y saludable.

Durante el Pro Vida verano 2017: se incorpora el refuerzo presupuestario en el marco del Programa “Nutrir”, cuyo objetivo es favorecer la nutrición y alimentación de las personas que participan de este Plan. La inversión presupuestaria realizada produjo una significativa mejora en la variedad y frecuencia de las colaciones que se ofrecen a los participantes.

Durante el Pro Vida Invierno 2017: se sumó a los programas existentes el “Ayenhue” cuyo objetivo es implementar un abordaje recreativo y de iniciación deportiva con los niños y niñas de 4 y 5 años favoreciendo el desarrollo integral a temprana edad.

El Pro Vida Verano 2020 contó con una concurrencia a sus actividades de 20.901 participantes: niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas mayores, personas con discapacidad y familia en general.

La promoción de valores (“la solidaridad transforma”), el aprendizaje de natación, los juegos recreativos, el refrigerio saludable y la vida en la naturaleza fueron ejes prioritarios durante su implementación.

A partir del contexto de riesgo epidemiológico que produce el coronavirus (COVID-19), la emergencia social y sanitaria establecida, resultó necesario repensar estrategias a seguir respecto a la modalidad del Pro Vida Invierno.

El Pro Vida está caracterizado por propiciar “espacios de encuentro presencial” entre referentes institucionales provinciales y municipales, profesores y líderes de la comunidad con grupos de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas mayores, personas con discapacidad y familias en general. Esta modalidad de intervención social, grupal y comunitaria no fue factible frente al escenario de aislamiento y/o distanciamiento social.

Surge así el proyecto de capacitación implementado: “Fortalecimiento de promotores socio comunitarios para la gestión de Políticas Sociales y Públicas”. El objetivo de este Proyecto, consistió en promover trayectos de formación y capacitación virtual destinados a referentes locales del ProVida, a fin de brindar herramientas conceptuales y prácticas para la intervención familiar y comunitaria en contextos de emergencia social y sanitaria y posibles escenarios futuros.

En cuanto a las temáticas de la capacitación, estuvieron referidas a la intervención en contexto de emergencia sanitaria y social y posibles escenarios futuros, deportes y hábitos saludables en dichos escenarios, cuestiones que hacen a la perspectiva de género, la promoción y protección de derechos de las personas con las cuales se trabaja: niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas mayores, mujeres, personas con discapacidad, entre otros.

Esta propuesta se implementó a través de la articulación con el Ministerio de Educación que brindó la Certificación a los participantes y con la Fundación Banco de La Pampa que propició el uso de la Plataforma Virtual y el asesoramiento para hacer posible la propuesta de capacitación en un contexto diferente al que venía formándose a equipos locales de Pro Vida.

Se instrumentaron mecanismos virtuales y digitales para promover el intercambio de saberes, el diálogo y la participación activa de las y los participantes, reemplazando las instancias presenciales. De la capacitación participaron 700 referentes Municipales de las áreas social y de deporte, personal que se desempeña en los servicios de Pro Vida municipales: docentes, profesoras/es de educación física, líderes, agentes juveniles, referentes de equipos técnicos, responsables de los servicios, coordinadoras/es locales, entre otros.

Pro Vida Invierno 2020 “Fortalecimiento de promotores socio comunitarios para la gestión de Políticas Sociales y Públicas” Proyecto: Capacitación a Equipos locales
Entre sus ejes fundamentales el Pro Vida propone:

- Ofrecer actividades orientadas a la familia y a sus integrantes desde una perspectiva de promoción y protección de Derechos.

- Propiciar la integralidad de los proyectos y acciones generadas. Este principio establece que en dichos proyectos deben considerarse las posibles cooperaciones que pueden realizar otros sectores o actores sociales (capacidades, recursos movilizados, etc) para brindar una respuesta adecuada a las necesidades de la población. Esto implica la planificación e implementación de actividades con otras instituciones, fortaleciendo la articulación, la complementariedad y el trabajo en red. Asimismo, se promueve la comunicación y el trabajo en equipo entre programas del Pro Vida como forma de no superponer esfuerzos y recursos, potenciando los resultados de las acciones propuestas.

- Fortalecer espacios de encuentro y relaciones de solidaridad entre los diferentes grupos sociales que componen cada comunidad pampeana.

A partir del contexto de riesgo epidemiológico que produce el coronavirus (COVID-19), la emergencia social y sanitaria establecida, resulta necesario repensar estrategias a seguir respecto al Pro Vida, caracterizado por propiciar “espacios de encuentro presencial” entre: referentes institucionales provinciales y municipales, profesores y líderes de la comunidad con grupos de niñas, niños, adolescentes, jóvenes, mujeres, personas mayores, personas con discapacidad y familias en general.

Esta modalidad de intervención social, grupal y comunitaria ya no será factible al menos por un tiempo. No obstante, la necesidad de implementar políticas sociales que contribuyan a promover y proteger derechos y propiciar la mejora en la calidad de vida en la población pampeana, lleva a reconvertir los dispositivos instalados a nivel provincial y local, para promover acciones que procuren el cumplimiento de las normativas vigentes, la 2 responsabilidad de los cuidados sanitarios, pensando a las personas y su entorno en un escenario de aislamiento.

Se considera que es necesario frente al escenario descripto, favorecer canales de comunicación y encuentros virtuales entre referentes provinciales y municipales con una doble finalidad: la capacitación y la elaboración de propuestas de nuevas modalidades de intervención (acorde a cada realidad local y a la evolución de las condiciones sanitarias establecidas a partir del COVID 19).

En cuanto a las temáticas de la capacitación, estarán referidas a la intervención en contexto de emergencia sanitaria y social, a cuestiones que hacen a la perspectiva de género, la promoción y protección de derechos de las personas con las cuales se trabaja: niñas, niños, adolescentes, jóvenes, personas mayores, personas con discapacidad, entre otros.

Objetivo General: Promover trayectos de formación y capacitación virtual destinados a referentes locales del ProVida, a fin de brindar herramientas conceptuales y prácticas para la intervención familiar y comunitaria en contextos de emergencia social y sanitaria y posibles escenarios futuros.

Objetivos Específicos:

- Recuperar emergentes que manifestaron las y los referentes municipales en instancias anteriores ajustando los contenidos a las necesidades de los territorios locales.
- Incorporar la perspectiva de género en el diseño del Trayecto Formativo, la promoción y protección de los derechos de la infancia, adolescencia, personas mayores, y personas con discapacidad, sin desatender el resto de los grupos etarios, atendiendo el enfoque de los Derechos Humanos.
- Brindar herramientas para que diseñen las actividades en concordancia con la planificación estratégica y lineamientos ministeriales.
- Instrumentar mecanismos virtuales y digitales para promover el intercambio de saberes, el diálogo y la participación activa de las y los participantes.

Población Objetivo: Referentes Municipales de área social (Trabajadoras/es Sociales, otros) y área de Deporte, Personal que se desempeña en los servicios de Pro Vida municipales: docentes, profesoras/es de educación física, líderes, agentes juveniles, referentes de equipos técnicos, responsables de los servicios, coordinadoras/es locales.

Población Destinataria: 1700 personas entre las 80 localidades de la provincia.

Financiamiento: Durante el invierno 2020 se destinó a los Municipios por medio de dos transferencias, con lo presupuestado aproximadamente \$32.000.000 en las partidas 6661 Municipios Varios Pro Vida Ley 2490 y 8402 Municipios Varios Pro-Vida.

Instrumentación de Trayectos de Formación y Capacitación.

Contenidos y modalidad: Se promoverá el desarrollo de contenidos a partir de acuerdos entre las áreas competentes dependientes del Ministerio de Desarrollo Social como así también a nivel interministerial con aquellas áreas que se consideren pertinentes (por ejemplo, Ministerio de Salud), para construir un espacio formativo virtual destinado a referentes locales (coordinadores, profesores, líderes, agentes juveniles, personas idóneas que cumplen funciones en los programas del Plan).

En función de los objetivos específicos antes formulados, los contenidos deberán contemplar: temas de capacitación sugeridos por equipos locales en capacitaciones previas, perspectiva de género, enfoque de derechos que contribuyan a la planificación estratégica en el marco de las políticas públicas vigentes (contemplar la normativa internacional y Nacional Vigente en materia de Niñez y Adolescencia: Ley 23849, Convención sobre los Derechos del Niño, Ley Nacional 26061, Ley Provincial 2703- en materia de Discapacidad: Ley 26378 Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, Ley Nacional 22431, Ley Provincial 2226, en materia de Adultos Mayores, Convención Interamericana sobre la protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores-, en materia de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres: Ley Nacional 26.485 y Ley provincial 2550).

La implementación de la capacitación se realizará con modalidad virtual, contemplando diferentes alternativas: videoconferencias, foros de intercambio, lecturas, tareas, entre otros. Se instrumentará un plan de formación por Micro Región organizados en cursos cada uno contempla módulos con temas específicos: tres cursos obligatorios con temáticas transversales a todas/os las/os participantes y luego cursos con contenidos y módulos más específicos acorde al programa en el cual se desempeña.

Participación en la formación: Se implementará un trayecto de formación, estimulando la participación de los referentes de equipos locales Pro Vida. Se propicia el desarrollo de capital humano y de esta manera se fortalece las capacidades municipales en la gestión del Plan. Considerando siempre la corresponsabilidad que el Estado, en sus diferentes niveles debe ejecutar, alentando la descentralización de los recursos, para aportar a la excelencia del desarrollo local y territorial. Podrán acceder al mismo quienes pertenezcan a los equipos Pro Vida Municipales desarrollando su actividad en cualquiera de los programas que lo componen, se inscriban y cuenten con el aval del municipio, acrediten la participación en los encuentros virtuales, presentación de actividades semanales/quincenales/mensuales y un trabajo final de acreditación del trayecto.

Modalidad de Evaluación y Certificación: Los mecanismos de acreditación y aprobación del Trayecto Formativo se realizarán mediante la participación en reuniones virtuales, foros y la presentación de trabajos prácticos correspondientes. El Ministerio de Desarrollo Social certifica la asistencia, participación y aprobación de cada curso que realice el/la participante.

Profesores y Docentes que requieran certificación con puntaje docente del Ministerio de Educación, deberán participar semanalmente en el foro, presentar trabajos parciales y/o finales establecidos por docentes de los cursos y trabajo final de integración de contenidos de los módulos con propuesta de trabajo local.

Las/os participantes podrán acceder a la certificación avalada por la Subsecretaría de Educación Técnico Profesional del Ministerio de Educación. En este caso, las/ los participantes deberán realizar los cursos transversales obligatorios con sus correspondientes actividades y carga horaria, accediendo de esta forma a la certificación de “Capacitación Laboral en promoción socio-comunitaria”. Podrán acceder asimismo a certificaciones por cursos específicos que realicen (Capacitación Laboral con orientación en: escuelas deportivas, infancias y adolescencia, psicogerontología, en juventudes, hábitos saludables, entre otros).

Equipo de tutores de la capacitación: El mismo estará conformado por tutores de contenidos siendo referentes de equipos técnicos del Ministerio de Desarrollo Social. Los tutores de contenidos cuya función será facilitar el proceso de aprendizaje propuesto por cada curso, orientar los foros, organizar tareas prácticas y efectuar las devoluciones correspondientes.

Preparación del equipo de tutores de contenidos: La Fundación Banco de La Pampa ofrecerá una capacitación sobre el uso de la plataforma y sobre la función de las tutorías en el marco de la capacitación virtual. Dicha etapa de capacitación se realizará previa al inicio de los cursos durante una semana en reuniones de trabajo de 2 horas diarias.

Rol de los Municipios: Se solicita a los Municipios que faciliten la participación de aquellos integrantes del equipo municipal local que presenten dificultades con el acceso a internet o con la modalidad virtual de capacitación. Si bien se puede acceder a la plataforma propuesta desde una computadora o celular, será conveniente prever y facilitar una sala con computadora o Tablet y acceso a internet para aquellas personas que no cuenten con dichos requerimientos y de ser posible un recurso humano que pueda brindar colaboración inicial cuando no estén habituadas al uso de este tipo de recursos tecnológicos.

Cabe aclarar, que la plataforma es sencilla e intuitiva tanto para acceder a ella como para hacer uso de la misma, existe un tutorial explicativo para tal fin y están disponibles tutores virtuales de la Fundación Banco de La Pampa quienes colaborarán con los tutores de contenidos para favorecer su utilización. La elección de la modalidad virtual de capacitación es un desafío para todas y todos, pero considerando las circunstancias de distanciamiento social que se atraviesan actualmente, se nos presenta como una alternativa posible. Si se da continuidad al trabajo colaborativo entre Provincia - Municipio en el marco del Plan Pro Vida, se considera que dicho desafío puede transformarse en una oportunidad para superar obstáculos y lograr nuevos aprendizajes.

Cursos de Capacitación Obligatoria y Transversales:

Curso 1: “Promoción y Protección de Derechos”

Módulo: Sistema de Protección Integral de niñas, niños y adolescentes.

Módulo: Igualdad de derechos y libertades de las personas con discapacidad.

Accesibilidad: participación activa en todos los aspectos de la vida facilitando el acceso en igualdad de condiciones.

Módulo: Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores. Material de consulta: Ley Provincial Nro. 2703 Adhesión a los artículos 1° a 41 de la ley nacional Nro. 26061 de Protección Integral de derechos de niñas, niños y adolescentes. Ley Provincial Nro. 2226: Estableciendo régimen especial de protección integral para personas con discapacidad. Ley Nacional 26378: Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. Convención Interamericana sobre la protección de los Derechos humanos de las personas mayores. A cargo de: Subsecretaría de Niñez, Adolescencia y Familia (Dirección General de Niñez, Adolescencia y Familia, Dirección General de Discapacidad, Dirección General de Adultos Mayores). Duración total del módulo: 20 horas.-

Curso 2: “Incorporación de la Perspectiva de Género”

Módulo: Buenos Tratos.

Módulo: Nuevas Masculinidades.

Módulo: Diversidades.

Módulo: Protocolos y guías de intervención. Material de consulta: Ley Micaela: capacitación en la temática de género y violencia contra las mujeres. Glosario de Igualdad de Género. Orientación sexual e identidad de género en el derecho internacional de los derechos humanos. Documento de Naciones Unidas. A cargo de: Subsecretaría de Niñez, Adolescencia y Familia. (Dirección de Prevención y Asistencia a la Violencia Familiar) Duración total del módulo: 30 horas

Curso 3: “Intervención comunitaria en el marco de la emergencia social y sanitaria. Posibles escenarios futuros”

Módulo 1: Estado y contexto de pandemia.

Módulo 2: La intervención en Emergencia, Desastre y Catástrofe (EDC). c) Módulo 3: Qué ocurre y cómo se puede intervenir: Momentos de intervención: Precrítico, de Crisis, Post-crítico y de Recuperación. Planificación y estrategias de articulación comunitaria. Material de consulta: El futuro después del COVID-19. Argentina Futura- Jefatura de Gabinete de Ministros. Desastres y catástrofes: Herramientas de pensamiento para la intervención. Sandra Aito y otros- Universidad de Entre Ríos Enlazados dispositivos de acompañamiento. Centro de Salud Nro. 8. Barrio Pipo Ushuaia. Si se suma salud: A cargo de: Dirección General de Planificación y Evaluación de Políticas Sociales. Duración total del módulo: 30 horas.

Curso 4: “Escuelas Deportivas”

Módulo: Iniciación Deportiva.

Módulo: Comunicación en el Deporte.

Módulo: Liderazgo Deportivo. A cargo de: Subsecretaría de Deportes, Recreación y Turismo Social (Dirección General de Deportes) Duración total del módulo: 36 horas.

Curso 5: Infancias y Adolescencias.

Módulo: “Derechos en la primera infancia” (destinado a Centros Ayelén)

Módulo: “Desarrollo de los aprendizajes en la primera infancia” (destinado a Centros Ayelén)

Módulo: “Autonomía Progresiva en los niños y adolescentes” (destinado a los referentes de Inaun)

Módulo: “Género y Diversidad en los niños y adolescentes” (destinado a los referentes de Inaun) A cargo de: Subsecretaría de Niñez, Adolescencia y Familia (Dirección General de Niñez, Adolescencia y Familia, Dirección General de Discapacidad). Actividad conjunta con la Dirección de Nivel Inicial y Dirección de Educación de Inclusiva del Ministerio de Educación. Duración total del módulo: 36 horas.

Curso 6: “Psicogerontología”

Módulo: Psicología del Deporte en la Vejez.

Módulo: Proyectar la Vida.

Módulo: Autonomía y Derecho a la Vejez.

Módulo: Vejeísmo. A cargo de: Subsecretaría de Niñez, Adolescencia y Familia (Dirección General de Adultos Mayores) Duración total del módulo: 36 horas. 9

Curso 7: Línea Joven

Módulo: Las juventudes

Módulo: Participación en Tiempo de Aislamiento Social. La Virtualidad.

Módulo: Solidaridad, Trabajo Intergeneracional y protagonismo Juvenil.

Módulo: Espacios de participación futuros. Presencialidad Limitada. A cargo de: Subsecretaría de Juventud Duración total del módulo: 36 horas.-

Curso 8: Hábitos Saludables

Módulo: CAIS (Centros de Alimentación e Integración Social)

Módulo: Manipulación e higiene de alimentos en pandemia

Módulo: De la huerta a la mesa

Módulo: Efecto Cuarentena: Todos al diván A cargo de: Dirección General de Promoción Social Duración total del módulo: 36 horas.-

Actividades Propuestas por Curso y Módulo: Presentación del curso. Por Módulos: ● 4 clases virtuales (Sugerencia de 20 minutos). ● 1 Webinar por módulo (como mínimo) ● Videos. ● Material de Lectura. ● Foro de participación a partir de interrogantes previamente formulados. ● Tarea

3. Área de gobierno | Dirección de Ganadería. Subsecretaría de Asuntos Agrarios. Ministerio de la Producción. | Programas, Planes y Acciones.

En el marco de las actividades previstas en el plan de trabajo presentado y específicamente referido a la Dirección de Ganadería, podemos afirmar que la lógica en la implementación de las acciones que están enumeradas a continuación, es similar a la de las áreas que figuran en este informe.

Son planes, programas y acciones que tienen un alcance a la totalidad de las localidades de la provincia, con una necesaria participación de los municipios y sus estructuras y un público objetivo que abarcan a diferentes receptores de las iniciativas, dentro de un sector productivo que, por sus características, nos permite unificar.

A continuación, se mencionan planes destinados al sector agropecuario, una actividad determinante para el desarrollo económico provincial, que definen por su especificidad un sector delimitado tanto a nivel beneficiario como interlocutor/implementador de la política a nivel local.

PLAN GANADERO:

- Reuniones de la Mesa de Gestión de Ganados y Carnes
- Difusión y evaluación de los avances del programa
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética
- Desarrollo de políticas de gestión ambiental, (Feed Lot, frigoríficos, elaboradoras de alimentos, excretas de origen animal, etc)
- Puesta en marcha y evaluación campos demostrativo

PLAN PROVINCIAL CHACRA MIXTA:

- Difusión y evaluación de los avances del programa
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Capacitación de técnicos, productores y operarios del sector en las diferentes producciones
- Capacitación sobre nuevas tecnologías en todo el sector agropecuario
- Trabajar continuamente con grupo de productores consorcios y cooperativas

PLAN DE ACTIVACIÓN LECHERO:

- Reuniones de la Mesa de Lechería
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Fiscalización y control de tambos y plantas lácteas. En el marco de la Ley Provincial N°1424 en convenio con el SENASA
- Desarrollo de políticas de gestión ambiental,(residuos, sueros, etc)
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

INDUSTRIAS CÁRNICAS:

- Control y habilitación de Plantas Procesadoras de Carne con tránsito provincial.
- Control y Habilitación de Frigoríficos de diferentes especies con tránsito Provincial.
- Control y Habilitación Provincial de Laboratorios de Digestión Enzimática para diagnóstico de Triquinosis.
- Control de carnicerías o comercios que posea expendio de carne.
- Actuaciones en el marco de la Ley N°1601 correspondiente a Marcas y Señales.
- Integrante de la mesa interinstitucional de Zoonosis Pampeana.
- Promover la creación de cabinas bromatológicas en las diferentes localidades de la provincia

PLAN DE ACTIVACIÓN OVINO:

- Reuniones de la Mesa de Gestión Ovina Provincial, y UEP Nacional
- Difusión y promoción de Ley Ovina Nacional y PROLANA
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Desarrollo de políticas de gestión ambiental, (feed Lot, cueros, excretas de origen animal etc)
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

PLAN DE ACTIVACIÓN PORCINO:

- Reuniones de la Mesa de Gestión Porcina
- Difusión y Promoción del Plan de Activación Porcina.
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Desarrollo de políticas de gestión ambiental, (criaderos intensivos, frigoríficos, excretas de origen animal etc)
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

PLAN DE ACTIVACIÓN EQUINA:

- Creación de la mesa de Gestión Equina
- Difusión y promoción del Plan de Activación Equina
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

PLAN APÍCOLA:

- Reuniones de la Mesa de Gestión y sanidad Apícola
- Difusión y promoción del Plan de Activación Apícola
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Puesta en Marcha de la Escuela de Iniciación en Producción Apícola
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

PLAN AVÍCOLA:

- Re lanzamiento, Difusión y Promoción del Plan de Activación Avícola
- Desarrollo de polo avícola Provincial
- Capacitación del sector
- Desarrollo de políticas de Gestión Ambiental, (criaderos intensivos, frigoríficos, excretas de origen animal etc)

PLAN CAPRINO:

- Reuniones de la Mesa de Gestión Caprina Provincial, y UEP Nacional
- Difusión y Promoción de Ley Caprina Nacional
- Fiscalización y control de aportes entregados
- Desarrollo de políticas de gestión ambiental, (feed Lot, cueros, excretas de origen animal etc)
- Capacitación en innovaciones en sistemas de alimentación, sanidad y genética

Ganadería Bovina, caprina, ovina; Mejoramiento de infraestructura predial (principalmente en los departamentos del oeste (Chical co, Chalileo, Puelen). Con esto se busca incrementar los índices productivos y reproductivos de los rodeos, bovinos como así también una mejor aplicación de los diferentes planes sanitarios provinciales y nacionales.

Esperando con esto aumentar los índices ganaderos respectivos por especie (de preñez, de parición, y de destete)

Industrias Cárnicas:

En lo que respecta a frigoríficos, plantas elaboradoras de alimentos (chacinados, queserías, plantas lácteas; etc.). Se busca generar producciones con un alto agregado de valor en origen, de pequeños y medianos productores de las actividades bovinas, porcino, ovino y caprino. Se busca adecuar a dichas industrias alimenticias (frigoríficos, plantas lácteas, plantas elaboradoras de productos cárnicos) y o productivas a las actuales normativas ambientales, como así también cumplir con las normativas que exige el SENASA, para poder lograr un tránsito federal, como así también internacional.

Siendo los principales beneficios, el agregado de valor en origen, menor costo de logística local, mayor oferta de carnes y productos alternativos, para los consumidores del territorio. Brindando seguridad, calidad e inocuidad alimentaria.

Se busca mejorar las condiciones edilicias e higiénicas sanitarias para brindar mejores servicios, inocuos y seguros, acorde a las solicitudes de los más exigentes mercados. Mitigando impactos ambientales perjudiciales para la población.

IV. DISEÑO DE INSTRUMENTOS PARA LA CAPTURA Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SU MARCO DE REFERENCIA

A partir de la dinámica de las interacciones que surgen de las tres acciones de gobierno descritas anteriormente, avanzamos sobre las estrategias de comunicación y los intercambios en el desarrollo cotidiano de la gestión de las mismas.

Una vez analizadas las políticas públicas, determinaremos cuáles son los canales utilizados, su eficiencia, su efectividad y su pertinencia. En este sentido, podremos establecer si las formas y los métodos sirven o son los correctos en función de su llegada a los y las beneficiarias. Para lo cual, no solo debemos indagar en la redacción de los propósitos sino en su implementación en el territorio, utilizando como marco teórico los resultados, o una aproximación a los mismos, expuestos oportunamente.

En este sentido, y teniendo en cuenta que muchas veces las acciones pensadas desde los centros de administrativos con una lógica al ser llevadas a cabo no necesariamente tienen el impacto práctico que los decisores idearon, todas estas variables que surjan, serán expuestas en etapas posteriores.

Para ello, se establece como metodología de recopilación de información necesaria a modo de aproximación hacia los resultados, teniendo en cuenta las características generales de cada acción de gobierno y el en contexto de pandemia, se evaluó la virtualidad como la vía oportuna para realizar ya sea por medio de entrevistas grupales, encuestas online o formularios digitales.

Sin embargo, la deficiencia eventual en distintas zonas identificada, en muchos de los casos caracterizada por alta presencia de ruralidad en el territorio, o la falta de conexión en determinadas zonas de la provincia, determinaron que se concluye como poco fiable o representativa a la hora de incluir a la diversidad que enriquece la región y así los resultados.

Si bien la teleconferencia se presentaba con el canal de contacto ideal, se definió utilizar la Entrevista Semi-estructurada presencial como herramienta para recolectar regularidades y poder realizar un mapeo de procedimientos habituales, para lo cual se definieron perfiles, se mapean actores y se realizó una guía para la entrevista a fin realizar un abordaje territorial más exhaustivo.

En cuanto a la composición de la muestra para el análisis, se definió junto al equipo de facilitadores locales, la división en grupos de igual cantidad de representantes, siempre sujeto a disponibilidad, identificados como “funcionarios y agentes de gobierno” por un lado y “Beneficiarios y/o productores” por otro para lo cual se propone

trabajar mediante un cuestionario abierto basado en ejes temáticos, definidos según el caso, de la siguiente manera:

1. Base de entrevista abierta a funcionarios y agentes de gobierno

- Roles institucionales y niveles de articulación.
- Dependencias involucradas y cantidad de personal involucrado.
- Nivel de feedback, respuestas e interacción para el diseño de políticas.
- Disponibilidad de recursos económicos, técnicos y humanos.
- Canales de contacto con los destinatarios de las políticas, usos y frecuencias.
- Formato del plan de trabajo y esquema temporal y jerárquico para su ejecución.
- Metodología utilizada para el diseño de la política centrada en las personas.
- Evaluación de resultados

2. Base de entrevista abierta a beneficiarios y/o productores

- Datos de introducción de aproximación al NSE
- Medios de conocimiento y acceso a la política involucrada
- Aspiraciones y expectativas en general y del proyecto en particular.
- Problemáticas para el acceso al beneficio.
- Nivel de satisfacción en términos promesa/resultados
- Problemáticas durante la ejecución del programa o beneficio
- Evaluación de resultados

Los ejes propuestos anteriormente, surgen de la diversidad de perfiles identificados, por lo cual, lo cual dificulta el diseño de la metodología en formato *focus group*, sin embargo, las entrevistas abiertas nos permitirán identificar las problemáticas comunes en el cuerpo de funcionarios y beneficiarios de las políticas públicas señaladas y que suelen surgir en forma más regulares durante los intercambios grupales.

V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

El Ministerio, secretarías, subsecretarías, así como El Plan o El Programa en análisis, no forman parte de la página [web](#) de La Provincia¹, ni se encuentran comunicados en ella, ni se cuenta con un acceso a las reparticiones públicas de las que dependen. Lo mismo sucede con las [redes sociales principales](#)² del ejecutivo provincial.

¹ <https://www.lapampa.gob.ar/>

² <https://www.facebook.com/gobiernodelapampa> <https://twitter.com/gobiernolapampa>
<https://www.instagram.com/gobiernodelapampa/>

La página institucional propone una lectura muy simple, acotando en demasía las temáticas que se destacan en la portada. Sin bien su diseño es clásico, tiene una buena distribución de accesos a áreas de “información útil”, pero es escueta la comunicación de acciones de gobierno que publica. Cuenta con un acceso directo a la agencia de noticias que aporta una buena opción para actualizar información de gestión, pero propone una acción poco frecuente en los usuarios.

El contrato de lectura con la audiencia está construido alrededor de una propuesta conceptual que parece ser central para la gestión provincial: División de poderes, Educación y Salud. Asimismo el conductor del poder ejecutivo aparece como figura predominante alrededor de esta propuesta política, posicionándose como referente o garante de los ejes mencionados, tradicionalmente permeables y de buena recepción por parte de la ciudadanía en general y de los electores en particular.

Las redes sociales sostienen un nivel equilibrado de coherencia estética que parecía desprenderse de un manual de marca institucional que propone límites y pautas para el manejo de una comunicación ordenada, una identidad reconocible. Sin embargo, no hay un orden de jerarquías textuales que lo organicen.

La frecuencia de las publicaciones, su variedad temática y la incorporación de material de producción local, por parte de los medios de comunicación de gestión pública, aporta actualidad y dinamismo. Sin embargo, las piezas gráficas varían demasiado y se presentan algo sobrecargadas de texto lo que puede afectar una lectura ágil y dinámica.

En el caso de Twitter, las publicaciones conservan un orden estético correcto, aunque los posteos gráficos poseen información redundante respecto del copy o bajada y, el exceso textual, puede atentar contra una lectura rápida y clara. El nivel de interacción con los usuarios de esta red es muy bajo, esto puede responder a que los contenidos publicados son netamente informativos y poco convocantes.

1. Programa emprendedores

Este programa cuenta con una gran asignación de los recursos a diversos emprendedores, coordinado a través del Ministerio, la Subsecretaría y los Municipios. En este sentido, vale rescatar la mención de la dificultad del organismo en el seguimiento de los emprendimientos financiados. Desde este punto de vista, se puede inferir que fue en instancias del despliegue territorial donde se estableció un vínculo directo con las y los beneficiarios.

En la actualidad, no se verifica presencia de El Programa en las [redes sociales](#) del Ministerio de la Producción³, o bien, no se identifica ningún posteo que forme parte de la Subsecretaría de Desarrollo Local, dado que no hay una identidad paragua que contenga todas las líneas de acción que El Programa trabaja. Sin embargo, podemos inferir la participación de estas políticas públicas en torno a capacitaciones, encuentros y visitas a emprendedores de la Economía Social, vinculados a los pequeños emprendimientos.

En cuanto a los perfiles en redes sociales del Ministerio de la Producción, este no organiza la comunicación bajo una línea similar a La Provincia. En este sentido, no hay continuidad estética e institucional. La información de contacto del Ministerio de la Producción es incompleta y no funciona el vínculo a la página web de La Provincia. Asimismo, se observa un nivel muy bajo de interacción con sus audiencias.



³ <https://www.facebook.com/lapampaenproduccion> <https://www.instagram.com/lapampaenproduccion/>



Zócalo institucional:

La única referencia a un manual de marca institucional vinculado a la gestión local, se confirma en la inclusión de un pie con el sello de La Provincia. Asimismo, El Programa si bien suele presentarse con una estética homogénea o icónica que destaque al mismo del resto de las propuestas publicadas.

En este sentido, es muy complicado distinguirlo del resto de acciones de El Ministerio.

1. Plan Provida

En el rastreo de las herramientas de difusión del Plan ProVida se identificaron criterios generales de los canales utilizados y particulares en cuanto al programa en sí. De esto se desprende que el Perfil del Ministerio de Desarrollo Social utiliza el isologo de La Provincia en su versión negativo, fondo azul institucional que difiere del criterio utilizado por el resto de las carteras de gobierno.

Una primera aproximación permite dar cuenta que, si bien no se observa la presencia de un manual de marca específico para organizar la comunicación dentro del esquema provincial, se percibe continuidad estética e institucional respecto de las redes sociales centrales de La Provincia. La información de contacto del Ministerio de Desarrollo Social es correcta. Sin embargo, no funciona el vínculo a la página web de La Provincia. Asimismo, se observa un nivel muy bajo de interacción con sus audiencias.

Iniciamos un recorrido por la [red social Facebook](https://www.facebook.com/MinisterioDeDesarrolloSocialDeLaPampa/)⁴, donde El Plan se encuentra jerarquizado a partir de la publicación del mismo a través del banner principal. Un recorrido exhaustivo del perfil nos permitió hacer una aproximación del contrato visual establecido con la audiencia, a partir del cual, identificar un equilibrio correcto entre fotografías y piezas gráficas, en tanto las imágenes acompañan acciones de gobierno con la ciudadanía, en vínculo estrecho.

⁴ <https://www.facebook.com/MinisterioDeDesarrolloSocialDeLaPampa/>



En el caso del Plan ProVida, las imágenes que se publican en la plataforma no logran una identificación inmediata. De esto se desprende la necesidad de plantearse la intervención gráfica a través del logotipo institucional de la política pública o algún recurso gráfico que jerarquice la acción. En este caso, vale reconocer la mención del programa en el copy o bajada cuyo uso es correcto, sin embargo, suelen pasar desapercibidos, aún cuando se postea más de una imagen, como parece ser la estrategia de posteo para comunicar el Plan, se constituyen como figuras retóricas que dan cuenta, connotan, la acción realizada.



Respecto de la retórica de las imágenes en general, se observa un reducido el uso del formato audiovisual y solo se utilizan en casos muy particulares. En estos casos se presentan desarrollos en animación y su formato de exportación (4:5) es el recomendado habitualmente para su uso en redes sociales. En este caso no se observa un vínculo directo con la Agencia de Noticias Provincial, ni se utiliza material aportado por los medios de comunicación que integran los medios públicos de La Pampa.

En [Instagram](#)⁵ se repite la lógica de posteos, sin embargo los contenidos funcionan mejor, aunque vale rescatar que reproducen la misma información. En este sentido, la falta de piezas audiovisuales puede generar pérdida de atención de los usuarios, sobre todo por la característica propia de esta plataforma donde la imagen es la protagonista central. En este caso El Plan se encuentra bien identificado en historias destacadas y el diseño de algunas piezas que cuentan con encabezado del carrete de imágenes, la presentación institucional de El Plan.



A continuación una serie de imágenes extraídas de los perfiles nos sirven para graficar lo expuesto:

⁵ https://www.instagram.com/desarrollo_social_la_pampa/



Desarrollo Social MINISTERIO LA PAMPA Gobierno en Acción



Copy: o bajadas. Su uso es correcto, aunque suelen pasar desapercibidos, sobre todo cuando se postea más de una imagen. En este caso se recomienda una imagen intervenida con el logotipo del Plan Pro Vida, procurando que queden en un orden de mejor lectura. Ej: Una central y otras que acompañen.



Formatos y contenidos:

La única imagen que presenta identidad institucional del Plan Pro vida, fue diseñada en formato banner, inadecuado para presentarse en una publicación de noticias. Esta es la única imagen del programa que se encontró, publicada en repetidas oportunidades. En el resto de las publicaciones las imágenes posteadas son correctas, en cuanto a la comunicación de la implementación del programa, pero la ausencia de su imagen iconográfica debilita la pregnancia del mensaje y su importancia, tal como aparece en otros programas del mismo Ministerio.

2. Plan Ganadero

Partimos de la descripción del perfil de las [redes sociales](#)⁶ utilizadas por el Ministerio de la Producción, atendiendo a que El Plan se comunica a través del perfil del ministerio de la Producción, señalamos que la categoría “Medio de comunicación / noticias” no es la adecuada para el uso institucional que la Dirección y La Provincia ejercen. Sin embargo, se identifica la intención de posicionarse como espacio informativo, en este sentido, los contenidos deberían replicar formatos vinculados al periodismo e incorporar notas que deriven, o provengan de una página web institucional. Esta resulta una posibilidad viable, teniendo en cuenta que el nombre del perfil es una buena iniciativa en este camino “La Pampa en Producción”. No utiliza links de la Agencia de Noticias Provincial.



Asimismo, vale señalar detalles que interfieren en el proceso creación de los perfiles en redes sociales, en este sentido, el vínculo a la página web institucional, no funciona. Esto impide profundizar en la información, generando ruido en la interacción. Tampoco tiene línea de teléfono para comunicarse con las oficinas públicas, pero cuenta con un óptimo nivel de seguidores aunque nivel bajo de interacción de las audiencias, de esto se desprende el bajo interés que generan las piezas,

⁶ <https://www.facebook.com/lapampaenproduccion> <https://www.instagram.com/lapampaenproduccion/>

probablemente por dificultades en identificar la identidad de las publicaciones dada la difusa marca institucional utilizada.

Las redes sociales replican contenidos, algo desaconsejado, dado los perfiles de usuarios distintos y las características particulares de cada plataforma. En Instagram falta una descripción clara y de tono correcto en términos institucionales. Sin embargo, no hay información de contacto, sitio web, teléfono.



En general se observa que el uso de los formatos de videos no están adaptados a las especificidades de cada plataforma. Mientras que no hay desarrollo audiovisual que se destaque, la gráfica estática es predominante. En el caso de El Plan Ganadero se articula gráfica y material audiovisual. Sin embargo, la diversificación estética hace muy difícil la identificación inmediata.

En este sentido, no está clara la identidad de El Plan, ni hay unidad estética con respecto a la identidad utilizada por La Provincia, evidenciando la ausencia de Manual de Marca del cual se derive la identidad del Ministerio y de El Plan en particular. En cuanto a la frecuencia de posteos, se puede determinar cómo adecuada u oportuna. La presencia del formato entrevista para el plan aporta cercanía, una apertura y el uso del formato utilizado por las redes sociales destacaron la narrativa de la pieza.



Formato Audiovisual:

El uso ideal debería respetar los formatos específicos para las redes sociales. El contenido específico permite la adaptación del full screen (16:9) al recomendado en formato cuadrado (1:1)

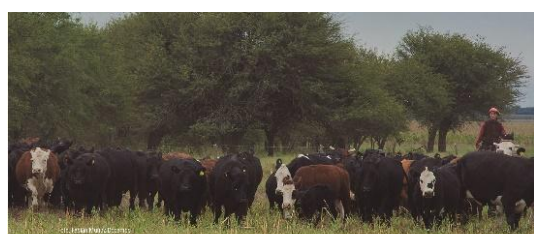


Manual de marca:

Si bien respeta la aplicación de la imagen institucional de La Provincia, no hay una uniformidad ni criterio que sirva para reforzar, llame a identificar una política específica. El formato de posteo es correcto, pero no hay un criterio estético definido. La redacción es clara para la publicación, aunque el exceso de color y recursos gráficos atentan contra el mensaje.



Carpeta técnica



GOBIERNO DE LA PAMPA | MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN | BANCO DE LA PAMPA

FINANCIAMIENTO PARA EL SECTOR GANADERO

Banco de La Pampa

USUARIOS:

Productores, empresas agropecuarias y cooperativas agropecuarias que reúnan las condiciones de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MYPEs), con explotaciones en la PROVINCIA que se dedican a la producción de ganado bovino, porcino, ovino, avícola y otras especies ganaderas.

DESTINOS:

Inversiones en activo fijo

- Construcción o ampliación de instalaciones o infraestructura.
- Mejoramiento genético:
 - a) Compra de reproductores por módulos a cabanías radicadas en la PROVINCIA.
 - b) Compra de reproductores machos puros controlados o equivalentes (hasta un máximo de siete meses de edad a "doble" de ventres verificados o material controlado (inscripción artificial)).
- Retención de ventres hasta un máximo por proyecto de 200 vacunos o reproductores.
- Producción de forraje (inoculación, intencional y fertilización de pasturas perennes).

Capital de trabajo y gastos de evolución: Incluye entre otros, adquisición de semillas certificadas, gastos de alimentación, sanidad, siembra de verdes anuales, construcción de reservas forrajeras, etc. El monto para esta destinación podrá alcanzar el 20% del monto total del préstamo.

Gastos de evolución específicos: Compra de terneros, novillos, novillas, hembras y vaquillas con destino a sistemas de engorde intensivo o focal.

MODALIDAD: En Pesos.

PROPORCIÓN DEL APOYO Y MONTO MÁXIMO: El monto máximo de crédito bonificable por cliente o grupo económico, cuando se trate de actividades ganaderas, será de \$3.000.000 - incluyendo este tipo ambos destinos (inversión y capital de trabajo), siendo el monto máximo a financiar con destino a capital de trabajo y gastos de evolución de \$1.000.000 - Cuando la inversión sea en capital de evolución específico, se podrá otorgar el monto máximo previsto por cliente o grupo económico. Para acceder a este financiamiento, será obligatorio la presentación de un proyecto de inversión.

Inversiones: Hasta el 70 %.
Capital de trabajo, gastos de evolución y gasto de evolución específico: Hasta el 80%.

PLAZO:

Inversiones: Hasta 5 años.
Capital de trabajo y gastos de evolución: Hasta 12 meses.
Gastos de evolución específicos: Hasta 36 meses.

RÉGIMEN DE AMORTIZACIÓN:

Se aplicará sistema francés.

PERÍODO DE GRACIA:

Inversiones: El vencimiento de la primera cuota amortización tendrá lugar como máximo a los 18 meses de ocurrido el desembolso. El término de gracia está incluido dentro del plazo total. En ningún caso habrá período de gracia para pago de intereses.

Gastos de evolución específicos: El vencimiento de la primera cuota de amortización tendrá lugar como máximo a los 12 meses de ocurrido el desembolso. El término de gracia está incluido dentro del plazo total. En ningún caso habrá período de gracia para pago de intereses.

TASAS DE INTERÉS: La tasa a aplicar será variable, determinada por la Tasa Encuesta Plazo Fijo 30/59 días en Pesos publicada por el BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA, más 8 puntos porcentuales anuales. Sobre dicho a tasa el BANCO otorgará una bonificación de 6 puntos porcentuales anuales a cargo del MINISTERIO, de 2,5 a cargo de la PROVINCIA y de 1,5 a cargo del BANCO.

La bonificación de tasa se aplicará hasta un monto máximo de total de crédito de \$3.000.000 - por usuario. Los montos que excedan este valor no estarán beneficiados por la bonificación.

GARANTÍAS:

A satisfacción del Banco.

OTRAS CONDICIONES:

No se incluirán líneas de capital o inversiones fijas de origen extranjero.

Presentación de los proyectos de inversión: Para acceder al financiamiento los solicitantes deberán presentar un proyecto de inversión en el BANCO, Casa Central o Sucursales al que deberán ser declarados elegible por la PROVINCIA.

VIGENCIA DE LA LÍNEA:

Hasta el 31 de diciembre de 2016.

Préstamos sujetos a condiciones de aprobación del Banco de La Pampa SFP.



Ministerio de la Producción | Subsecretaría de Asuntos Agrarios | Dirección de Ganadería

Delegación Santa Rosa, 10254-438337 | info@lapampa.gov.ar

Delegación San Juan, 10254-438337 | info@lapampa.gov.ar

Delegación Mendoza, 10254-438337 | info@lapampa.gov.ar

www.produccion.lapampa.gov.ar

Presentación institucional a productores y productoras.

La distribución de información del Plan Ganadero, se presenta a priori como escueta, sin embargo es clara y accesible. Como complemento se presenta la Carpeta Técnica que sirve para profundizar los requisitos necesarios para el acceso al programa. La identidad visual del pack de folletería se presenta con la identidad visual de la gestión anterior, con lo cual, pone en cuestión la iniciativa de la gestión actual, aunque la continuidad de las políticas públicas, puede equilibrar un efecto de sentido no deseado.

V. CONFORMACIÓN DE EQUIPO DE FACILITADORES, PAUTAS Y CAPACITACIÓN.

A continuación, se designa los facilitadores a cargo de la interacción entre La Provincia y la consultora a fin poder evaluar, designar y gestionar los recursos necesarios para poder administrar las consultas realizadas al público objetivo del presente. En este sentido, se utilizó como criterio de selección, el vínculo que ocupaban dentro de los Planes y Programas seleccionados como casos testigos.

Dado el contexto de pandemia, las reuniones fueron virtuales y la comunicación directa para dinamizar los intercambios de materiales e información fueron a través de llamados telefónicos, mensajería instantánea (WhatsApp) y vía e-mail. Vale mencionar que, tras identificarse realidades muy distintas entre los programas seleccionados, a fin evitar cualquier confusión, y reconociendo dificultades para la estandarización de un documento para realizar la recolección de información, se evitaron las reuniones grupales.

Si bien se propuso trabajar con grupos reducidos, en los espacios de trabajo y priorizando lo que pudiera surgir de las interacciones a partir de los ejes conceptuales y las preguntas pertinentes para el presente, en algunos casos los equipos eran reducidos y/o trabajan en oficinas distantes, siendo el caso del departamento a cargo del Programa de Emprendedores, que se divide en dos ciudades distintas de La Provincia. Incluso la decisión administrativa de baja presencialidad, limitaron la posibilidad de disponer de los espacios de diálogo propuesto.

Ante esta situación, se definió de conjunto estandarizar un documento para el análisis de la comunicación interna y externa, atendiendo a las especificidades de las y los beneficiarios, que en algunos se tuvieron que obviar, dadas las características propias del universo, como fue el caso de El Plan PROVIDA, destinado a niños y niñas por un lado y adultos mayores por otro. En este sentido, no había opción para alcanzarlos a través de una herramienta digital. Por ello, se consensuaron ejes temáticos los más generales posibles y enfocados a las instancias de comunicación

para homogeneizar los objetivos, para lo cual se definieron ejes claros y de poco desarrollo para evitar dispersiones.

La dinámica establecida si bien presentó algunas dilaciones, permitió obtener el material, aunque sin una dinámica rutinaria clara y ordenada. Por lo cual, fue oportuno establecer objetivos para la presentación de las respuestas. Sin embargo, ante la solicitud de material de difusión de las políticas sujeto de análisis, la entrega evidenció poca sistematización de los recursos, incluso inexistencia de archivo que las compile. Por lo cual, si bien fueron parte del análisis, se tuvo que recurrir a las redes sociales institucionales para profundizar en el manual de estilo utilizado y poder definir la existencia de una estrategia comunicacional acorde a los fines propuestos para la aplicación efectiva de los planes y programas.

Por último, vale mencionar que se observaron ciertas dificultades para contactar a los beneficiarios, beneficiarias, productores y productoras vinculadas a los planes y programas. Si bien se pudo observar que los mismos ya están instalados en la población local, se observaron ciertas dificultades para su selección. Lo que nos permite inferir un vínculo distante con sus públicos, poco personalizado o sin sistematizar. Sin embargo, vale mencionar que en el caso del Plan Ganadero, su facilitador demostró mayor dinamismo para identificar a los productores y productoras, cuya participación fue inmediata.

Se concluyó el proceso de esta etapa con una solicitud a los facilitadores para poder poner en cuestión los puntos mencionados y poder profundizar sobre puntos específicos que no formarán parte de los cuestionarios distribuidos. En este sentido, se solicitó información sobre la utilización de los medios de comunicación para la difusión de las políticas públicas, estrategias digitales, acceso a los medios públicos para el desarrollo de contenidos específicos que pudieran potenciarlos y evaluación de métricas de redes sociales de los programas, en el caso de utilizarla.

FACILITADORES DESIGNADOS:

De acuerdo a lo expuesto, los perfiles técnicos, así como características de inserción territorial de las políticas seleccionadas, el equipo designado por Plan o Programa quedó a cargo de los siguientes profesionales:

- **PROGRAMA EMPRENDEDORES**

Ariel Alberto Aquino Rodríguez
Subsecretario de Desarrollo Local
Ministerio de La Producción

- **PLAN PROVIDA**

María Laura Ramborger

Directora General de Planificación y Evaluación de Políticas Sociales
Ministerio de Desarrollo Social

- **PLAN GANADO**

Ricardo Baraldi
Director de Ganadería
Ministerio de La Producción

VI. ANÁLISIS CUALITATIVO. RELEVAMIENTO DEL ALCANCE DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SELECCIONADAS.

A partir de las entrevistas realizadas, sobre el cuerpo de funcionarias/os y agentes del gobierno, se realiza una aproximación a las relaciones entabladas en el ámbito de trabajo, a fin poder identificar las regularidades que nos permitan describir falencias para realizar los aportes necesarios para su mejora.

1. Vínculos y Niveles de interacción entre funcionarios/as y Agentes de Gobierno:

- **Roles institucionales y niveles de articulación.**

Las regularidades observadas en este punto ubican a la planificación y organización de la gestión (con el equipo de trabajo técnico profesional y administrativo) en la elaboración y concreción de políticas públicas de corto, mediano y largo plazo a través del diseño de El Plan o El Programa. Para esto, se recurre a la articulación permanente con niveles territoriales como los municipios, con quienes se prioriza el vínculo presencial y se mantienen encuentros permanentes en los lugares de trabajo, vía telefónica, vía mail, y esporádicamente reuniones virtuales.

Con respecto a las políticas de género, surge de las entrevistas la presencia de la temática y la definición de la misma como tarea permanente de transformación cultural en la que cada persona tiene la responsabilidad de deconstruir y reformularse permanentemente, tanto para el desarrollo de las políticas públicas como en el equipo de trabajo y para con la sociedad en su conjunto. En este sentido, surgen incluso las intenciones de incorporar la paridad de género en los grupos de trabajo hacia el interior de la estructura organizacional. Sin embargo, no se observa la profundización en la temática, ni se menciona la Ley Micaela como parte de los contenidos necesarios para incluir en las capacitaciones de gestión.

“Problemas de conectividad si tenemos muchos desde muy mala intensidad de internet hasta la comunicación telefónica y el equipamiento necesario. Computadoras, wifi, teléfonos celulares corporativos, Handies. Los problemas para la adquisición de estos materiales son la ejecución de la compra y de las formas de obtenerlos.”

Personal Técnico 4, Plan ProVida - Anexo Informe Final

Las políticas en análisis, según el rastreo, tienen un fuerte anclaje en la territorialidad pampeana y requieren de la presencialidad permanente para su ejecución, en este sentido, el trabajo se vio fuertemente obstaculizado por las restricciones generadas por la pandemia. En este punto se hizo referencia a la falta de capacitación específica de parte del personal de mayor rango etario, lo que dificultó la incorporación de la virtualidad como práctica cotidiana, siendo los jóvenes los más receptivos.

Asimismo, la falta de recursos aparece en forma recurrente como una amenaza para la implementación de El Programa, profundizándose cuando se hace referencia a los niveles de burocracia o dilaciones para su implementación.

“Falta de unificación de criterios en la evaluación de expedientes y en la información que acompaña a cada uno. Esto implica una demora considerable en los trámites dentro de los distintos estamentos de evaluación del gobierno provincial. Considero que la agilización de los mismos es fundamental para cumplir con los objetivos en tiempo y forma.”

Personal Técnico 1, Programa Emprendedores - Anexo Informe Final

- **Dependencias involucradas y cantidad de personal involucrado.**

Se observa regularidad en la necesidad de articulación con diferentes áreas, ya sean dentro del organigrama de La Provincia como con los municipios. Tanto para operativizar los trámites y expedientes de los proyectos de los y las empleados y empleadas de la gestión, como para alcanzar a los y las beneficiarias de las acciones de gobierno. Para vehicular los contactos, los canales de comunicación que se utilizan son: teléfono, correo electrónico, whatsapp. Pero fundamentalmente, se recurre a la supervisión en terreno, durante el año.

“Hay interacción entre las áreas de gobierno pertinentes a esta temática, por supuesto con algunas más que otras, dado que es el trabajo interdisciplinario, intersectorial, y la mirada con el acompañamiento de todos los sectores de suma importancia.”

Personal Técnico 2, Plan ProVida - Anexo Informe Final

La articulación y coordinación es permanente no sólo entre áreas de La Provincia, sino también con Nación y Municipios; e incluso con instituciones de la Sociedad Civil. Esto nos permite identificar una fluida y aprehendida relación de complementariedad con organizaciones externas.

- **Nivel de feedback, respuestas e interacción para el diseño de políticas.**

La importancia de la implantación de El Plan y El Programa están directamente vinculados al desarrollo e inclusión habitantes de La Provincia, ya sea en términos económicos como orientados a la inserción y contención dentro del entramado social, por eso aparece como regularidad la presencia de los y las efectores en las localidades y municipios del territorio provincial. Esto se presenta en los testimonios bajo la noción de un “Estado presente” como garante de derechos para que los habitantes tengan la posibilidad de desarrollarse, en condición de igualdad, todas sus potencialidades.

Se reconoce la articulación de La Provincia con instituciones, como la Universidad de La Pampa, esto funciona como un mecanismo de construcción simbólica de efecto de “cercanía” con la sociedad civil. Para ello, las prácticas habituales suelen ser capacitaciones, tanto a emprendedores, equipos técnicos de los municipios, población vulnerable y jornadas en articulación con el sector privado. La formación continua es uno de los objetivos principales que persiguen desde El Ministerio (aplica para todas las carteras analizadas) un ejemplo de ello es el diseño de un plan específico de capacitación para los efectores locales de Plan ProVida

“Considero importante recibir capacitación en diseño de proyectos, para mejor asesoramiento de los proyectos elaborados desde los municipios”

Personal Técnico 1, Plan ProVida - Anexo Informe Final

Las y los empleados reconocen su participación activa en el diseño de las políticas públicas, así como también su participación cotidiana encuentra interlocutores permeables para sus aportes. Sin embargo, es difícil mensurar un nivel de participación efectivo ya que depende del tipo de complejidad del proyecto o propuesta presentada y el nivel de permeabilidad de la conducción.

Se reconoce un plan de trabajo, pero indagando sobre su aplicación se presentan dificultades para poder planificar acciones a mediano y largo plazo. Durante el contexto de pandemia se registraron mayores demoras, pero se identifica su causa en la reducción de personal que trabaja en presencialidad, en algunas de las áreas con las cuales hay conexión directa o indirectamente.

- **Disponibilidad de recursos económicos, técnicos y humanos.**

Ante la consulta sobre recursos para la operatoria cotidiana de las políticas, se reconocieron un abanico de deficiencias que atentan contra el normal funcionamiento del ámbito laboral. En cuanto a los recursos humanos, se mencionó la superposición de tareas o sobrecarga en algunos empleados, quienes asumen responsabilidades extras para poder hacer cumplir las políticas ejecutadas. En este sentido, aparece la figura del “pasante” para poder potenciar el trabajo que se viene llevando a cabo con los beneficiarios/as y los municipios.

Asimismo, se mencionan falta de herramientas tecnológicas y se alude en este apartado que el nivel de conectividad para realizar con agilidad y eficiencia las tareas cotidianas, es deficiente. Asimismo, más allá del contexto, la presencia territorial sigue siendo fundamental en la interacción ciudadanía/gestión.

“La Subsecretaría no cuenta con un vehículo propio, siendo la tarea fundamental recorrer las localidades de la provincia.”

Personal Técnico 1, Programa Emprendedores - Anexo Informe Final

El déficit presupuestario aparece como constante determinante tanto para la renovación de equipamiento, como para garantizar la conectividad, una situación crítica que aparece con mayor regularidad. Asimismo, se menciona la necesidad de un software de gestión eficiente para poder operar en forma presencial y remota, pero fundamentalmente para gestionar expedientes. Esta mención se propone como un canal de fácil acceso para la información, inclusive para operar con la ciudadanía.

- **Canales de contacto con los destinatarios de las políticas, usos y frecuencias.**

Las estrategias para alcanzar a las y los beneficiarios surgen del vínculo directo con los habitantes. Por eso, es regular la mención a recorridos por la provincia, con reuniones con intendentes y referentes de producción de los municipios convocando a beneficiarias y futuros beneficiarios de créditos, emprendedores, de acuerdo a las problemáticas de cada lugar. Vale mencionar que, si bien las capacitaciones son ejes principales en las políticas, los empleados mencionan cierta resistencia por parte de la ciudadanía porque no cuentan con el tiempo suficiente para completarlas.

“El proceso fue contactar a cada uno de los beneficiarios de la Ley 2870 para generar el primer contacto. En una segunda etapa se realizó un recorrido por las distintas localidades para interactuar con los mismos y con los intendentes y equipos técnicos municipales. Paralelamente se generó un plan de asistencia técnica que se lleva adelante vía Zoom. Se realizó una encuesta cualitativa y cuantitativa que compartimos vía mail con los emprendedores. “

En cuanto a los criterios adoptados para el diseño de las políticas, se identifica la eficacia de la asistencia presencial en el territorio para el rastreo de las problemáticas. Sin embargo, para el diseño de determinadas actividades y planteo de objetivos se menciona la realización de encuestas a beneficiarios actuales y futuros. En esta instancia se incorpora a organismos de gobiernos locales y visitas personales a diferentes localidades, de manera telefónica o por correos electrónicos. De esto se desprende una baja sistematización para el diseño de las políticas.

“El diseño de cualquier política pública constituye un proceso que requiere de varios pasos: a) identificación del problema que se pretende resolver a través de la política pública; b) Suministrar los hechos esenciales y la información de apoyo con sólida evidencia técnica y empírica, es decir que se requiere de un diagnóstico preciso; c) escuchar todas las opiniones, pero fundamentalmente la del sector al que va destinada la política, y; d) Describir y precisar un curso de acción claro.”

Personal Técnico 3, Plan ProVida - Anexo Informe Final

Dado que el público destinatario es muy disímil, los empleados han desarrollado estrategias para poder amoldarse a cada “subgrupo”. En el caso de los productores se reconoce más autonomía para acercarse a El Plan, presentándose espontáneamente en busca de información, o a través del Banco de La Pampa. De esta manera, se observa una mayor facilidad para entablar vínculos que se sostienen en forma presencial, vía telefónica o mail; como así también en charlas de difusión del Plan o en forma personalizada en remates, ferias rurales o establecimientos.

“Interactuamos con los equipos técnicos e intendentes de los municipios, y con la información que produce el monitoreo de programas sociales, nos da la información para re planificar, o implementar nuevas líneas.”

Personal Técnico 5, Plan ProVida - Anexo Informe Final

- **Formato del plan de trabajo y esquema temporal y jerárquico para su ejecución.**

Existen especificidades en los en el universo de cada programa que tienen sus particularidades definidas. En este sentido, las respuestas se orientaron más a la implementación de las políticas que al diseño de las mismas. Por ejemplo, respecto de las líneas de crédito otorgadas por el Plan Ganadero, tiene procedimientos estipulados por Ley.

En algunos de los casos, se reconoce la inexistencia de una técnica sistematizada para la elaboración de proyectos, inclusive se identifican dilaciones en la estructura de gobierno o durante el proceso de su operativización, por ejemplo, en el otorgamiento de los créditos.

“Existe un plan de trabajo, protocolos y guías de procedimientos de los procesos para el diseño de nuestra política pública, el mismo es presentado tanto en los informes de gestión como en la planificación inicial anual.”

Personal Técnico 5, Plan ProVida - Anexo Informe Final

Se identifica en general la necesidad de la sistematización o desarrollo de un plan de acción que favorezca el intercambio con la ciudadanía y su realidad cotidiana, a través de canales de contacto permanente, sumando mejores y mayores insumos a los aportados por referentes territoriales cuya intervención reconocen como muy importante.

“En lo que al plan ganadero se refiere, opino que se ha ido cumpliendo con los objetivos en tiempo y forma. Alguna dilación pudo haber existido por imponderables como es el factor climático, que en nuestra provincia resulta limitante, así como los precios de mercado tan fluctuantes.”

Personal Técnico 4, Plan Vacuno. - Anexo Informe Final

- **Metodología utilizada para el diseño de la política centrada en las personas.**

Los testimonios reconocen la necesidad de incorporar nuevas perspectivas direccionadas o centradas en las personas para el diseño de las políticas públicas. En este punto la presencialidad es un dato que juega a favor de la interacción, sobre todo en temáticas vinculadas a sectores que hoy son reconocidos no solo como sujetos de derechos, sino que fueron incorporados por al entramado social, como por ejemplo la perspectiva de género, discapacidad, etc.

En el recorrido llevado a cabo por El Programa de Emprendedores surgió la necesidad de la puesta en marcha de un Plan de Asistencia Técnica y Monitoreo y acompañamiento de los y las emprendedoras, atendiendo a la propuesta de los mismos beneficiarios, a partir de encuentros establecidos en distintas localidades.

“1. Elaboración de Propuestas a partir de antecedentes vigentes en cada localidad, considerando aspectos positivos y negativos evaluados por el territorio (la población y efectores).”

2. Análisis de la información brindada desde los Municipios acerca de presupuesto y asistencia técnica para desarrollar actividades en sus localidades
3. Formulación de programas que contemplen actividades para diferentes grupos de edad, familia y comunidad en general.
4. Readecuación y actualización permanente.”

Personal Técnico 5, Plan ProVida - Anexo Informe Final

El universo indagado identifica el surgimiento de estas políticas a partir de una necesidad de fomentar, acompañar y desarrollar una producción rentable, sostenible y sustentable. Asimismo, contener y explotar potencialidades de sectores de cierta vulnerabilidad. Para ello, reconocen que es fundamental sistematizar la metodología de abordaje y tratamiento de la información para el desarrollo de políticas públicas.

“El programa surgió ante la necesidad de la provincia de aumentar y mejorar los índices ganaderos relacionados principalmente a las actividades de cría y el apoyo a las actividades agrarias de siembra y mantenimiento de pasturas de tipo perenne, tanto artificiales como naturales y de todas las herramientas que permitieran mejorar los índices de producción ganadera en la provincia. Estos programas están muy directamente relacionados a la posibilidad de la bonificación de las tasas por parte del gobierno provincial, tasas que le permitan al productor acceder a herramientas financieras para mejorar su nivel de inversión y producción. En los momentos que esto no sucede los programas dan apoyo técnico en forma presencial o a través de jornadas y difusión de tecnologías de producción actualizadas.”

Personal Técnico 3, Plan Ganadero - Anexo Informe Final

2. Reconocimiento de las políticas públicas de la provincia por parte de Beneficiarios/as y/o Productores/as

• Datos de introducción de aproximación al NSE

Los beneficiarios/as del Plan Ganadero, son sostén de familia. La composición de la misma son parejas e hijos en edad educativa. Cuentan con vivienda propia e ingresos medios. La actividad financiada por El Plan es en casi todos los casos la principal actividad económica del núcleo familiar.

Accedieron por la difusión del Ministerio de la Producción del gobierno de la provincia de La Pampa, por los medios de comunicación, tras asistir a charlar/presentaciones relacionadas y a través de contactos cercanos. Luego del contacto inicial, reconocen contactos constantes a través de email y WhatsApp como canales de comunicación utilizados para mantenerse en contacto con la gestión “El

Estado es una ayuda muy importante”, señalan para definir la inversión pública en la producción local.

- **Medios de conocimiento y acceso a la política involucrada**

En general se reconoce El Plan por la difusión del Ministerio de la Producción del gobierno de la provincia de La Pampa, por comentarios de terceros, por contactos con el Banco de La Pampa o medios periodísticos. A partir de este primer contacto, son ellos mismos los que solicitan la primera entrevista con representantes de El Plan.

Con poca frecuencia se identifican a las redes sociales como forma de contacto inicial, aunque mencionan algún tipo de intercambio por esta vía. Se mencionan fundamentalmente el contacto personal y a través de internet, teléfono etc.

- **Aspiraciones y expectativas. Problemáticas, niveles de satisfacción y evaluación de la política.**

Los productores mencionan la necesidad de acceder a créditos a tasas aceptables para inversión en sector, o bien, identifican como necesidades insatisfechas la imposibilidad de acceder al recambio de maquinarias. En algunos casos, hacen referencia a proyectos más sofisticados vinculados a lo ecológico, señalando el poco apoyo a iniciativas que apuntan a eliminar el uso de agroquímicos.

“Lo considero insustituible, el generar alimentos sanos, cuidar el agua, plantar árboles y arbustos nativos para regenerar un ambiente sustentable, debiera ser un deber tanto de los productores como del estado.”

Beneficiarias/os - Productores/ras 1 Plan Ganadero - Anexo Informe Final

En general, se identifica como regularidad la conformidad con El Plan y sus resultados, haciendo mención en varios casos a la escasa capacitación por parte del personal del Banco de La Pampa para brindar asesoramiento. Este punto adquiere relevancia cuando es la institución pública una de las primeras en recepcionar a los Productores.

“Si, deberían fijarse montos reales acorde con la actividad, tanto en el aspecto ganadero como en inversiones en mejoras.”

Beneficiarias/os - Productores/ras 3 Plan Ganadero - Anexo Informe Final

En cuanto a las apariciones en medios de comunicación, la promoción de El Plan fue reconocida a través de diarios digitales, publicidad en tv y radio. Pero se insiste en el vínculo con el Banco de La Pampa y dependencias del Ministerio de la Producción en el interior de La Provincia.

En todos los casos se expresa satisfacción en el acceso al beneficio, en el trato recibido y la información brindada, aunque se observa la recomendación de evitar algunos requisitos que consideran prescindibles y no hacen a la determinación o análisis de ser admisible al crédito.

“Volver al plan ganadero donde las entidades intervinientes eran mínimas y que además estén en sintonía con las necesidades, los nuevos cambios tecnológicos y la aplicación de tecnologías para mejorar y/o crear ventajas competitivas en un entorno rápidamente cambiantes y no hacer obsoleto el plan al momento de ser adjudicado.”

Beneficiarias/os - Productores/ras 4 Plan Ganadero - Anexo Informe Final

VII. ANÁLISIS CUANTITATIVO. RELEVAMIENTO Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA EL ALCANCE DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

En adelante, daremos cuenta de una aproximación a la investigación sobre las formas de comunicación de La Provincia y La Ciudadanía local, a través de un estudio exploratorio-descriptivo, empleando técnicas de recolección de datos cuantitativos.

Teniendo en cuenta una población estimada en 358.400 habitantes, el universo a caracterizar se ubicó entre pobladores de La Provincia, según distintos rangos etarios que permiten diferenciar entre sí a jóvenes, adultos y adultos mayores, para eso se utilizó las franjas 18-30, para el primer grupo, 31-40 y 41-60 para identificar al sector intermedio y más de 61 para rastrear a personas jubiladas. De esta manera, avanzar sobre sus vínculos con la gestión, indagando sobre el grado de reconocimiento de sus programas y planes, sus consumos mediáticos y su valoración. En este punto, tomaremos de referencia prioritaria a la franja “Adultos” de 31-60, para profundizar su análisis, sin dejar de referir al resto de la población.

Por otra parte, las principales ciudades son mencionadas como opciones a identificar en el intento de rastrear variantes que puedan surgir, principalmente, en la forma de consumos de medios, teniendo en cuenta la inestabilidad en el servicio de internet o características propias de la territorialidad, referidas en entrevistas anteriores. En este sentido, vale mencionar que, debido a las dificultades operativas para llevar a cabo un muestreo probabilístico, se optó por uno de tipo de muestreo no probabilístico, con lo que no es posible conocer los márgenes de error de las estimaciones, ni determinar una representatividad exhaustiva, pero cuyos datos revelan una aproximación conveniente a los fines del presente. Para la selección de

ciudades se utilizaron proyecciones del INDEC del 2020, para determinar las principales ciudades de La Provincia según su población.

El tamaño del universo encuestado fue de 111 casos, sin una selección específica previa aunque para su distribución, a cargo de los facilitadores del proyecto en territorio, se recomendó evitar alcanzar a personas que sean parte o empleados en la gestión de gobierno de La Provincia. Asimismo, no hizo foco distintos estratos socioeconómicos, por considerarlos poco relevantes a los fines del presente estudio.

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado a través de diversas preguntas, referidas a distintas dimensiones vinculadas con el grado de reconocimiento de las políticas públicas del gobierno de La Provincia, los canales de comunicación por medio de los cuales la población toma conocimiento de ellas y su grado de satisfacción con la gestión. Para eso, las preguntas del cuestionario fueron de respuesta simple y en algunos casos se utilizaron opciones múltiples o abiertas para dar lugar a opciones no contempladas.

Como se indicara anteriormente, en el presente análisis se entrecruzan variables del NSE respecto de los medios utilizados para informarse en general y respecto de las políticas públicas en análisis en particular. Para ello, el punto de Análisis de Resultados se estructura en: resultados generales, consumos habituales y análisis de las políticas seleccionadas. En este caso, se entrecruzan variables oportunas para medir prácticas habituales.

Por último, este documento expone resultados cuantitativos del entrecruzamiento de las variables de la investigación, que serán complementados en el informe final con las entrevistas cualitativas realizadas oportunamente, según los criterios descritos en los informes precedentes, para realizar las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

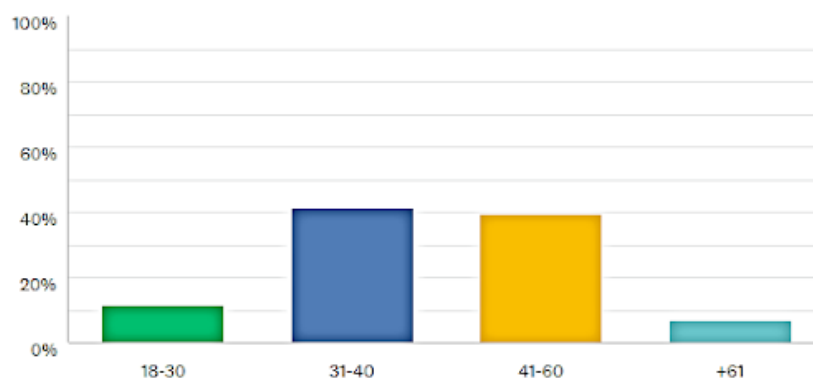
VIII. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Datos preliminares. Generalidades.

A Continuación daremos cuenta de información referida a datos duros del nivel socio económico (NSE) de las personas encuestadas, paso previo a un recorte más exhaustivo a nuestros objetivos. Para ello, avanzamos en este primer punto sobre grupos etarios. A partir del cuadro que sigue, identificamos la mayor prestancia de las personas económicamente activas según su rango etario para dar respuesta a la encuesta en curso, identificándose dentro de los rangos 31-40 / 41-60.

¿Cuál es tu edad?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



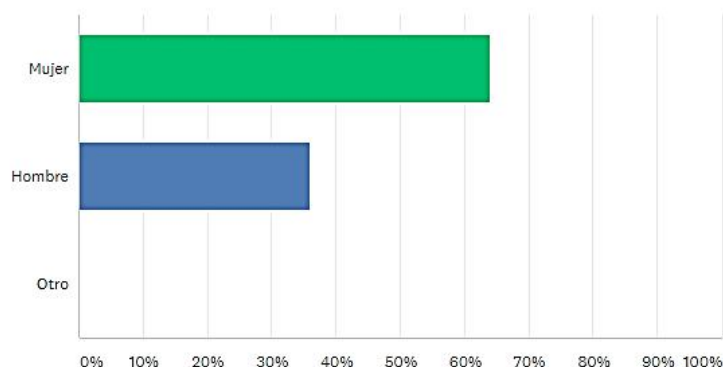
| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS |
|-----------------------|------------|
| ▼ 18-30 | 11,71 % |
| ▼ 31-40 | 41,44 % |
| ▼ 41-60 | 39,64 % |
| ▼ +61 | 7,21 % |
| TOTAL | |

Gráfico Pregunta 1- Anexo Informe Final

Siguiendo con la evaluación de datos generales, en cuanto al género auto percibido, el público participante se identificó en su mayoría con el género femenino, representando una mayoría materializada en casi el 64% de las personas encuestadas. Asimismo, no se observan resistencias a dicha consulta.

¿Cuál es tu género?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------|------------|-----|
| Mujer | 63,96 % | 71 |
| Hombre | 36,04 % | 40 |
| Otro | 0,00 % | 0 |
| TOTAL | | 111 |

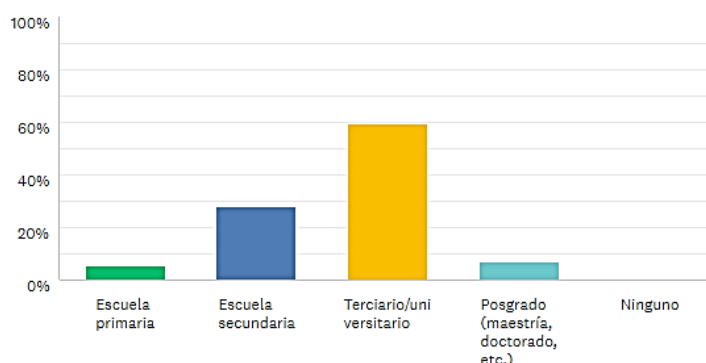
Gráfico Pregunta 2- Anexo Informe Final

Si bien el nivel educativo resulta ser un indicador complementario, nos brinda un panorama general para identificar competencias y capitales culturales para la selección de los medios de comunicación a la hora de informarse. Una primera aproximación a este indicador, evidencia un alto grado de formación del público encuestado, superando el 66,67% del mismo la formación terciaria/universitaria/postgrado.

Este indicador resulta poco relevante al presente, pero complementario para dar cuenta del acceso y la disposición para recibir los mensajes de la gestión. No se profundizará sobre este eje por considerarse prioritario el análisis del reconocimiento de los planes y programas objetos, teniendo en cuenta el público especificativo de los mismos, afín evitar errores de interpretación que desvíen el objeto del presente.

¿Cuál es el nivel de educación más alto que obtuviste?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|--|------------|------------|
| ▼ Escuela primaria | 5,41 % | 6 |
| ▼ Escuela secundaria | 27,93 % | 31 |
| ▼ Terciario/universitario | 59,46 % | 66 |
| ▼ Posgrado (maestría, doctorado, etc.) | 7,21 % | 8 |
| ▼ Ninguno | 0,00 % | 0 |
| TOTAL | | 111 |

Gráfico Pregunta 3- Anexo Informe Final

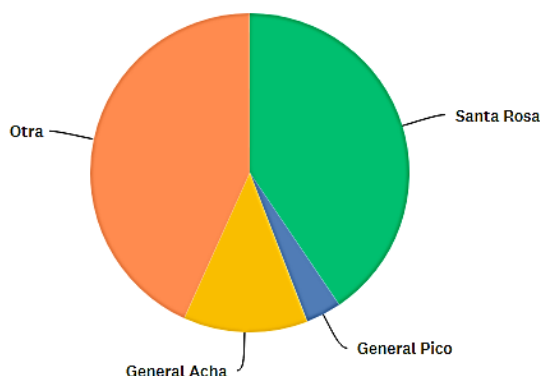
Se mencionó anteriormente problemática de la conectividad a internet, la extensa territorialidad y la alta ruralidad que su distribución territorial y demográfica presentan. En este sentido, la distribución de la presente encuesta intenta dar cuenta de esta característica, citando los principales conglomerados urbanos pero atendiendo a casos que los exceden.

De esta manera, el 56.75% de las respuestas corresponden a las principales ciudades de La Provincia, logrando una representatividad interesante, de las ciudades periféricas. Más adelante se identificarán las características inherentes a los consumos mediáticos de estas localidades, identificadas como “otras” que, como dato complementario, servirán para dar un panorama general y cotejar las problemáticas mencionadas, sin perder de vista el objetivo principal del presente.

Ese 43.25% de las encuestas detectadas por fuera de las principales ciudades resulta una muestra importante para valorar el alcance tanto de las políticas públicas implementadas por la gestión, como de los medios de comunicación elegidos para acceder a la información.

¿En que ciudad de la provincia vivís?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------|------------|-----|
| ▼ Santa Rosa | 40,54 % | 45 |
| ▼ General Pico | 3,60 % | 4 |
| ▼ General Acha | 12,61 % | 14 |
| ▼ Toay | 0,00 % | 0 |
| ▼ Otra | 43,24 % | 48 |
| TOTAL | | 111 |

Gráfico Pregunta 4- Anexo Informe Final

Datos relevantes sobre el consumo de medios

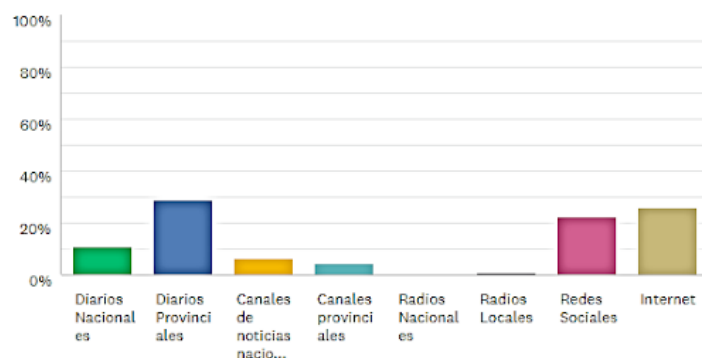
El consumo de medios locales no representan la principal fuente de información según la muestra encuestada. En este caso los medios locales alcanzan un 34.23% entre radios, diarios y canales locales, mientras que el 48.65% elige tanto internet como redes sociales para establecer su vínculo principal como canales informativos. Aunque vale reconocer la importancia que refieren los “Diarios Provinciales”, si se analiza por separado, representan un 28.83%, el porcentaje más alto del caso.

Los medios de comunicación de alcance nacional apenas representan según las personas encuestadas el 17.12% de la muestra total. En este sentido, dista mucho de cualquier preconceito respecto de la participación en la configuración de la agenda pública.

Si tomamos de referencia el rango etario, en la franja joven 18-30 la cifra de la participación en internet y redes sociales se asciende a un 61.54%, los medios televisivos y diarios nacionales a un 30.77% y llamativamente la nula participación de los medios locales en sus formas de consumos. Siendo el rango etario +61 asiduos personas consumidoras de medios de comunicación locales con un 62.5% de sus respuestas positivas y un restante 37.5%, usuarias habituales de medios digitales.

¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza habitualmente para informarse?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|----------------------------------|------------|-----|
| ▼ Diarios Nacionales | 10,81 % | 12 |
| ▼ Diarios Provinciales | 28,83 % | 32 |
| ▼ Canales de noticias nacionales | 6,31 % | 7 |
| ▼ Canales provinciales | 4,50 % | 5 |
| ▼ Radios Nacionales | 0,00 % | 0 |
| ▼ Radios Locales | 0,90 % | 1 |
| ▼ Redes Sociales | 22,52 % | 25 |
| ▼ Internet | 26,13 % | 29 |
| TOTAL | | 111 |

Gráfico Pregunta 5- Anexo Informe Final

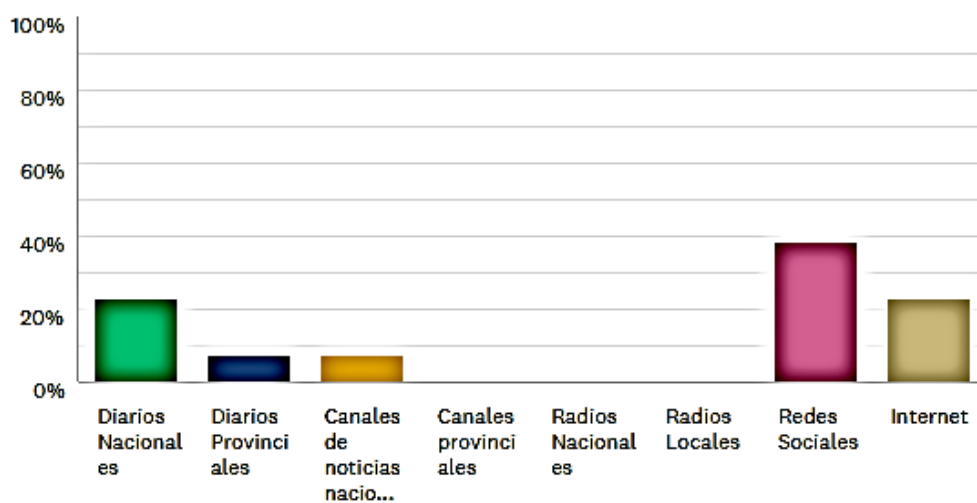
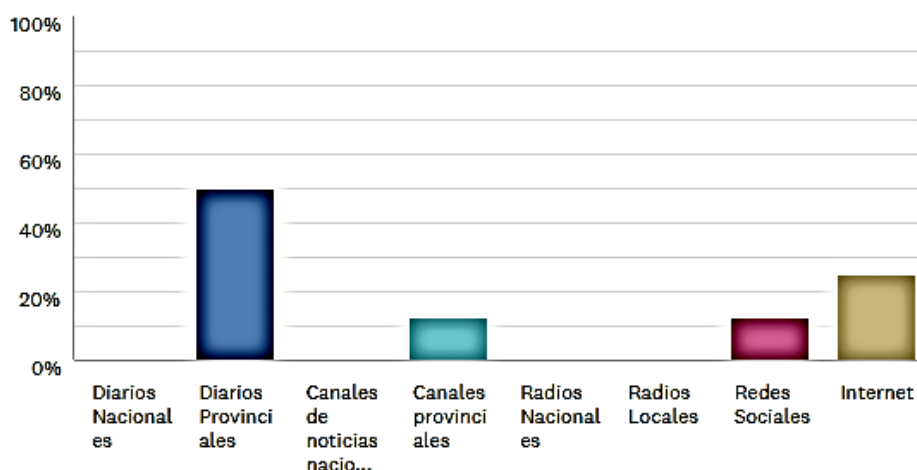


Gráfico Pregunta 5 / Pregunta (18-30 años) - Anexo Informe Final



Gráfico, Pregunta 5 / Pregunta 1 (+61 años) - Anexo Informe Final

Otra de las variables que se propuso el presente, es indagar sobre el acceso a internet en un contexto de ruralidad, en este sentido, se cruzaron las variables de consumo de medios con “otros”, como opción para identificar el lugar de residencia dentro de la provincia. La hipótesis relevada en el informe anterior, realizado desde un enfoque cuantitativo, que arriesgaba el bajo nivel de acceso a internet, no se verifica.

En este sentido, observamos que un 62.5% de los encuestados utilizan redes sociales e internet para informarse, mientras que un 20.83% eligen medios locales como fuente de información. Mientras que un 16.67% lo hace a través de medios nacionales.

Por otro lado, siguiendo el vínculo entre La Provincia y La Ciudadanía, indagando sobre los canales utilizados por este par, a través del reconocimiento y modos de uso y consumos mediáticos de la población, avanzamos sobre los medios de comunicación de gestión pública. En este sentido, mencionamos la página web institucional de la gestión, el canal de televisión público y la agencia de noticias del Estado Provincial

En términos generales se observa el reconocimiento y consumo como fuente de información a los medios de comunicación públicos. Tal es así que el 67.57% de los consultados afirman utilizarlos para tal fin. Aunque no es menor la porción que refiere no utilizarlos nunca, el 32.43% de las personas encuestadas.

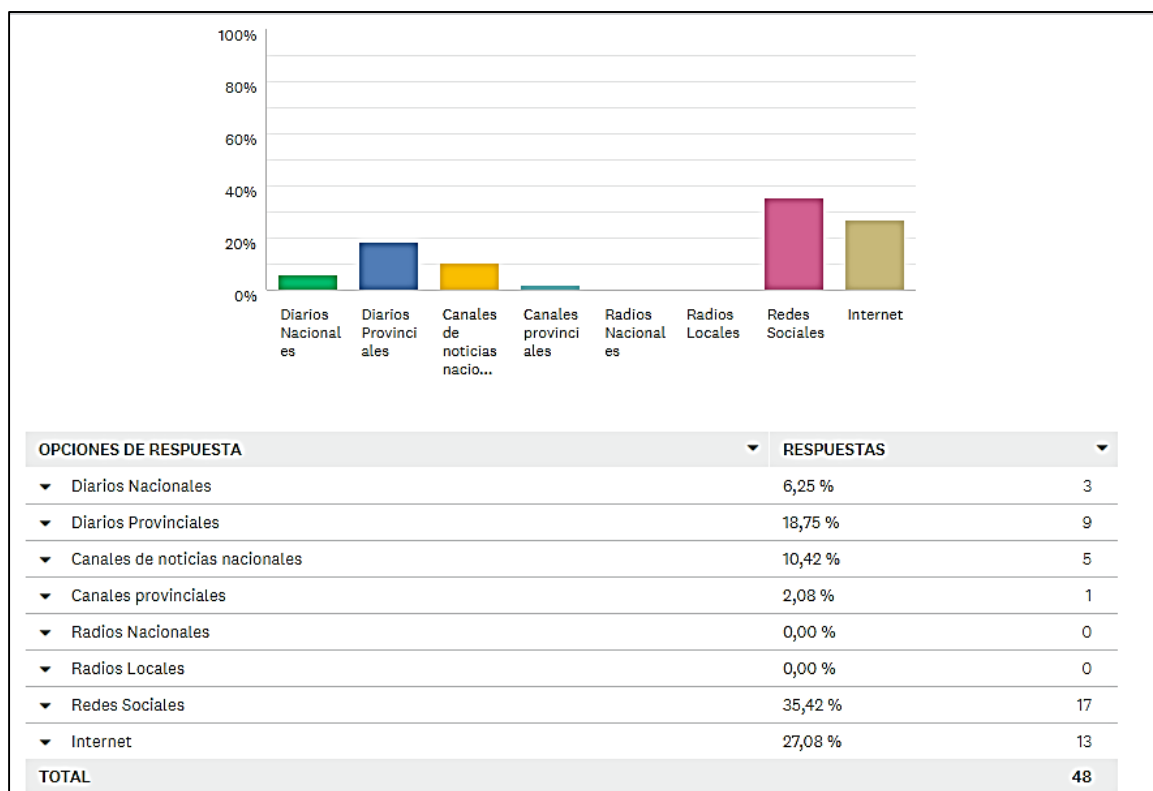


Gráfico Pregunta 5 / Pregunta 4 (Otros) - Anexo Informe Final

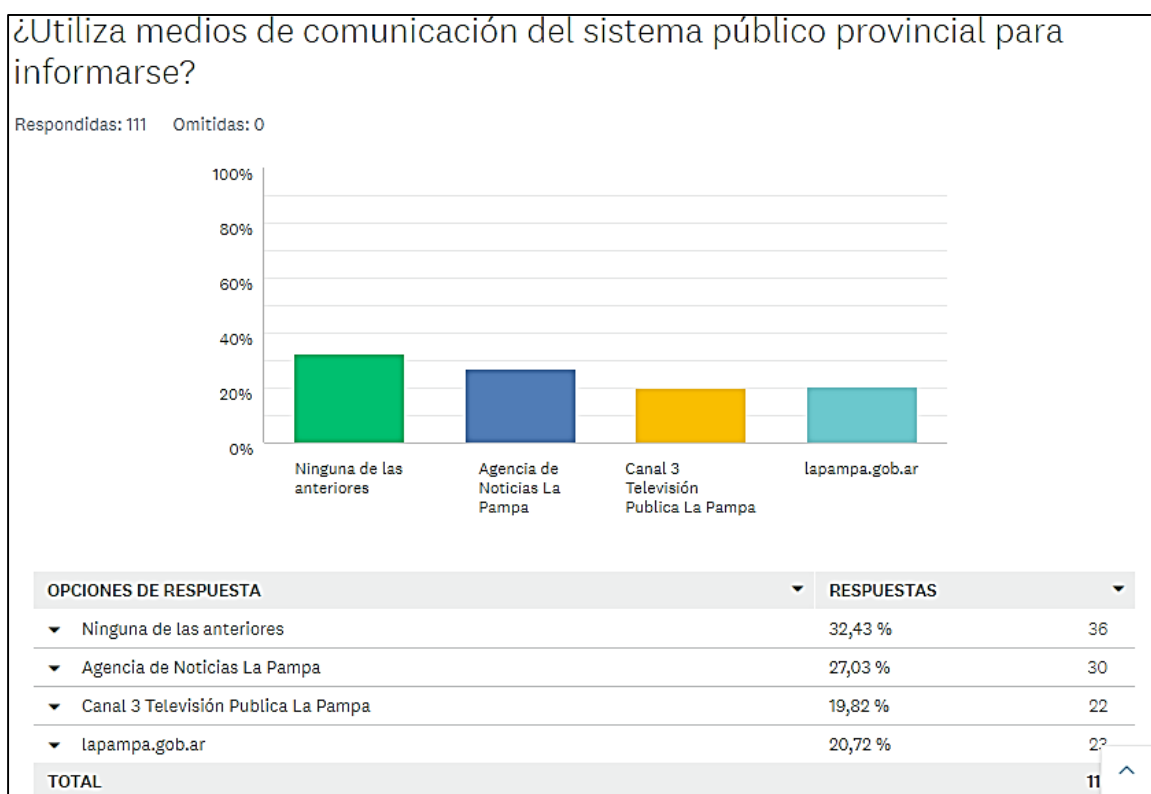
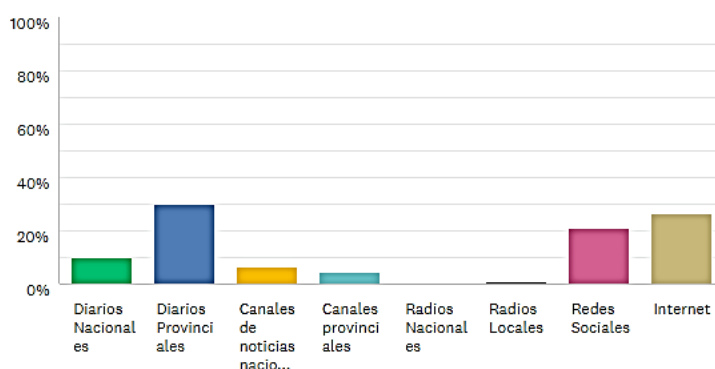


Gráfico Pregunta 6- Anexo Informe Final

Si partimos de la observación del consumo habitual de medios de comunicación que utiliza el rango etario 31-60 años para informarse, observando que surge del mismo que este grupo etario privilegia informarse a través de medios provinciales, sumando diarios, canales y radios locales conforman el 35.55%, aunque prima internet y redes sociales como canales predominantes para construir sus representaciones sociales (47,78%). Dato curioso, si se tiene en cuenta la mala valoración respecto de los prestadores de internet que surgiera del informe precedente.

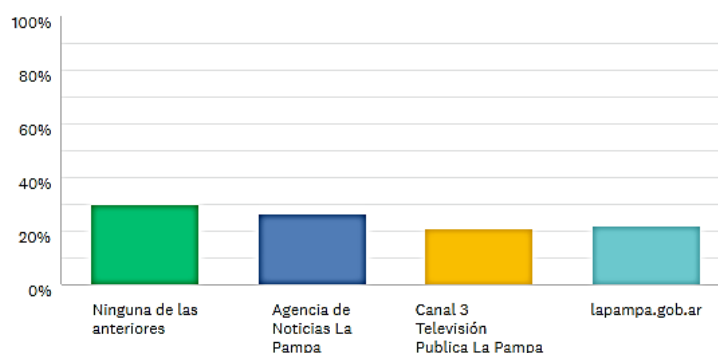


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|----------------------------------|------------|----|
| ▼ Diarios Nacionales | 10,00 % | 9 |
| ▼ Diarios Provinciales | 30,00 % | 27 |
| ▼ Canales de noticias nacionales | 6,67 % | 6 |
| ▼ Canales provinciales | 4,44 % | 4 |
| ▼ Radios Nacionales | 0,00 % | 0 |
| ▼ Radios Locales | 1,11 % | 1 |
| ▼ Redes Sociales | 21,11 % | 19 |
| ▼ Internet | 26,67 % | 24 |
| TOTAL | | 90 |

Gráfico Pregunta 5 / Pregunta 1 (31-60 años) - Anexo Informe Final

Siguiendo con el análisis de este mismo rango etario, contrario a lo esperado, el 70% de los participantes de la presente reconoce medios del sistema público provincial y asume utilizarlos para informarse.

Respondidas: 90 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|---------------------------------------|------------|-----------|
| ▼ Ninguna de las anteriores | 30,00 % | 27 |
| ▼ Agencia de Noticias La Pampa | 26,67 % | 24 |
| ▼ Canal 3 Televisión Pública La Pampa | 21,11 % | 19 |
| ▼ lapampa.gob.ar | 22,22 % | 20 |
| TOTAL | | 90 |

Gráfico Pregunta 6 / Pregunta 1 (31-60 años) - Anexo Informe Final

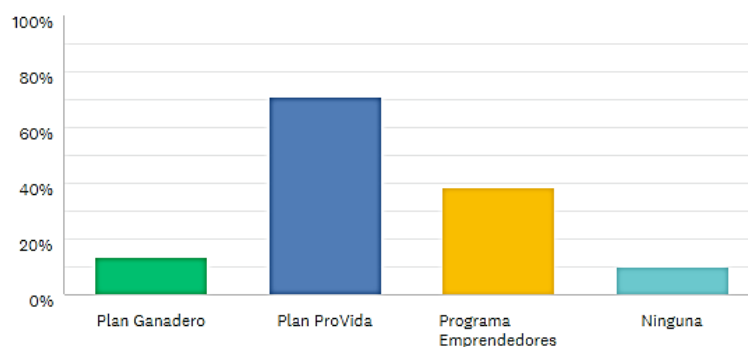
Análisis según los programas seleccionados.

A simple vista las respuestas de las personas encuestadas parecieran representar a los públicos específicos que los Planes o Programas están dirigidos. En este sentido, se observa menor reconocimiento al Plan Ganadero, representado en un 13.51% de las encuestas, un número bajo que se puede relacionar con el tipo de público objetivo de la política.

Desde el otro extremo, el Plan Provida, de mayor alcance territorial, se destaca el grado de conocimiento entre las personas consultadas, con un 71.17%, mientras que el Programa Emprendedores se ubica en el intermedio 38.74%. En este caso, las preguntas fueron formuladas con opciones múltiples, representando menos del 10% el universo que desconoce las políticas en análisis.

¿Cuáles de las siguientes políticas públicas reconocés?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



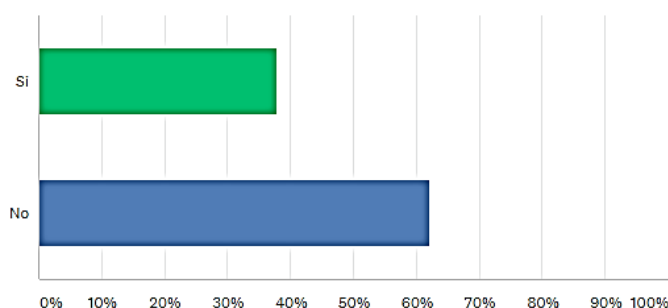
| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|---------------------------|------------|----|
| ▼ Plan Ganadero | 13,51 % | 15 |
| ▼ Plan ProVida | 71,17 % | 79 |
| ▼ Programa Emprendedores | 38,74 % | 43 |
| ▼ Ninguna | 9,91 % | 11 |
| Total de encuestados: 111 | | |

Gráfico Pregunta 7- Anexo Informe Final

Ante la consulta si la persona encuestada resulta beneficiaria de alguno de los mismos, a fin rastrear el modo de toma de conocimiento del mismo, y el consecuente alcance de gestión de La Provincia para comunicar sus políticas, las respuestas evidencian una mayoría representada por el 62.16% de personas que no son alcanzadas por las políticas, sin embargo, evidencian conocerlas.

¿Es beneficiario/a de alguno de los programas mencionados o conoce alguien que lo sea?

Respondidas: 111 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------|------------|-----|
| ▼ Si | 37,84 % | 42 |
| ▼ No | 62,16 % | 69 |
| TOTAL | | 111 |

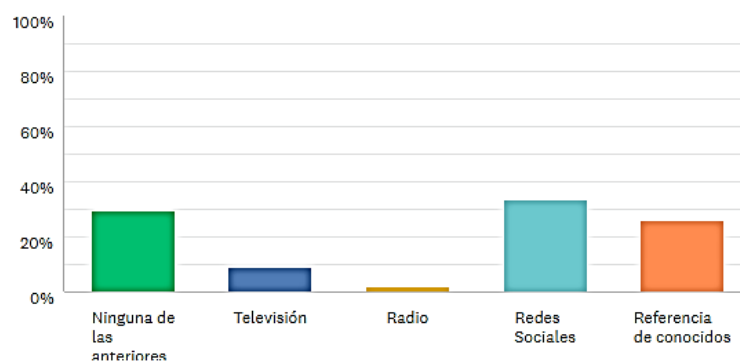
Este es el punto clave del análisis, donde llegamos a observar, a partir del rastreo de las políticas públicas objeto de análisis, los canales de toma de conocimiento de la población en general. En este sentido, vale aclarar que se produjo un desfase entre la gran cantidad de reconocimiento del programa, probablemente por la omisión de los “Diarios” como forma de acceso a dicho conocimiento. Tal es así que el 44.14% de las personas consultadas conocen dichas políticas a través de medios de comunicación, de los cuales, un 33.33% refieren que lo hicieron a partir de las redes sociales.

Sin embargo, el dato relevante que coincide con las apreciaciones recabadas en el estudio cuantitativo, reflejado en el informe precedente, refiere que un 26.13% accede a los Planes o el Programa en cuestión, a través de conocidos. Es decir, a través de comentarios, boca a boca, líderes de opinión o instituciones vinculadas a la gestión. En síntesis, se evidencia la importancia, tanto de redes sociales, como la interacción entre personas y/o el trabajo territorial.

Por último, si se toma el sector etario de referencia (31-60 años) aparece un alto grado de reconocimiento de los programas públicos del gobierno, si se suman todos y se resta el nivel de desconocimiento de los mismos, la resultante es más que eficiente, aunque el 64% de los consultados dentro de este universo dicen no recibir ni conocer beneficiarios/as de los mismos. En este mismo rango, vale mencionar que la propensión al consumo de información a través de redes sociales asciende 35.56% de las respuestas, como forma de reconocimiento de las políticas y, las que referencian acceder a través de conocidos, a un 23.33% de las personas encuestadas. Asimismo, surge un leve aumento en este público de la “Televisión” como medio de comunicación utilizado para conocerlos.

¿Cómo conoció el programa?

Respondidas: 111 Omitidas: 0

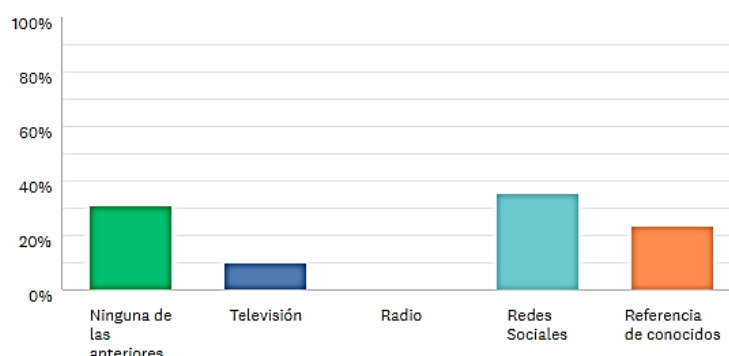


| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------------|------------|------------|
| ▼ Ninguna de las anteriores | 29,73 % | 33 |
| ▼ Televisión | 9,01 % | 10 |
| ▼ Radio | 1,80 % | 2 |
| ▼ Redes Sociales | 33,33 % | 37 |
| ▼ Referencia de conocidos | 26,13 % | 29 |
| TOTAL | | 111 |

Gráfico Pregunta 9- Anexo Informe Final

¿Cómo conoció el programa?

Respondidas: 90 Omitidas: 0



| OPCIONES DE RESPUESTA | RESPUESTAS | |
|-----------------------------|------------|-----------|
| ▼ Ninguna de las anteriores | 31,11 % | 28 |
| ▼ Televisión | 10,00 % | 9 |
| ▼ Radio | 0,00 % | 0 |
| ▼ Redes Sociales | 35,56 % | 32 |
| ▼ Referencia de conocidos | 23,33 % | 21 |
| TOTAL | | 90 |

Gráfico Pregunta 9 / Pregunta 1 (31-60 años) - Anexo Informe Final

Para concluir, se consideró oportuno indagar sobre el nivel de conformidad, tomando de referencia la muestra indagada, de la población respecto de las políticas públicas implementadas por La Provincia. En este sentido, el 83,64 % de las personas consultadas respondió en términos positivos. Mientras que poco más del 15% de la misma pone en cuestión las mismas.

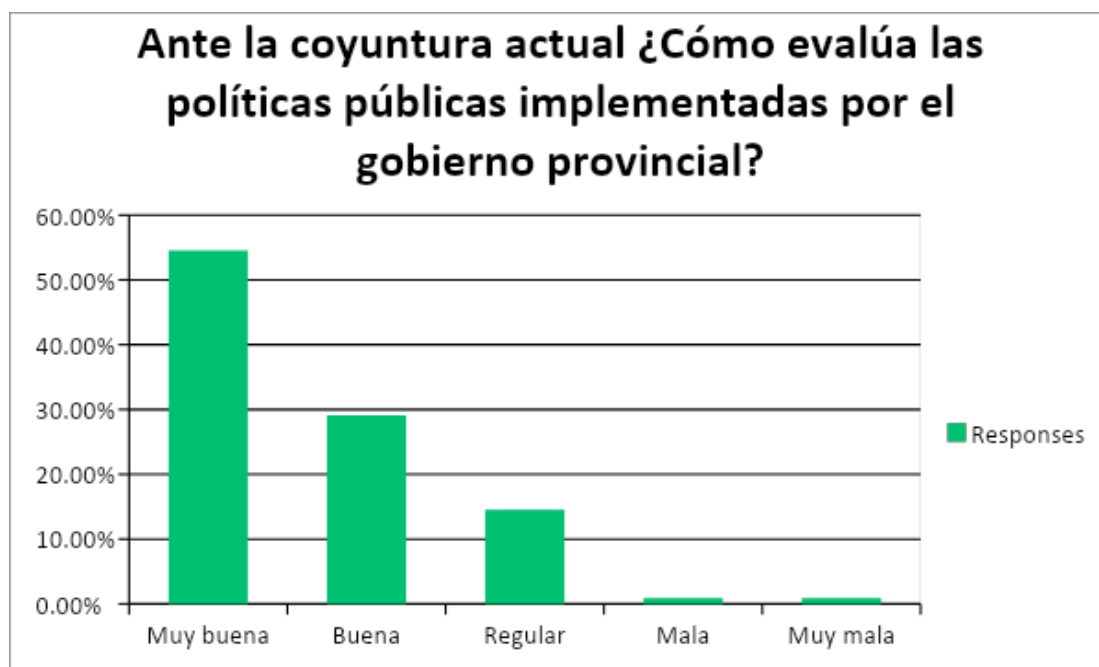


Gráfico Pregunta 10 - Anexo Informe Final

Este punto no determina la imagen del gobierno en sí, pero representa un punto de partida para reconocer un óptimo nivel de aceptación de sus políticas. Esto no quiere decir que no se hayan detectado falencias en las interacciones hacia el interior del gobierno, las cuales repercuten necesariamente en la gestión de gobierno. Por este motivo, resultó necesario indagar en la población los mecanismos de reconocimiento de El Plan y El Programa.

Por lo expuesto, podemos inferir conclusiones y realizar las recomendaciones pertinentes para mejorar los vínculos interpersonales y, consecuentemente, afectar en forma positiva el diseño de las políticas públicas de La Provincia.

IX. CONCLUSIONES

A través de la información provista por los facilitadores de la provincia de La Pampa, se pudo partir de la recopilación de datos generales de las políticas públicas consensuadas para el análisis de la comunicación interna y externa objeto de estudios del presente. En este sentido, realizamos una aproximación al diseño, a través de ejes conceptuales para el desarrollo de entrevistas de los actores que nos proponemos indagar. Este formato metodológico, más flexible y de cercanía, nos permitirá identificar las problemáticas objeto del presente.

A partir de estos ejes se buscó identificar fallas y/o ineficiencias en durante la instancia de gestión y ejecución de El Plan y El Programa seleccionados y a partir de eso aportar opciones para que La Provincia pueda tener alternativas para mejorar las comunicaciones internas y externas, y que la información llegue a quienes necesitan acceder a políticas públicas sociales y productivas, para colaborar en el cumplimiento de los objetivos propuestos o aportar las herramientas necesarias para utilizar en la instancia del diseño de cualquier política o proyecto de gobierno.

Conclusiones del análisis cualitativo, centrado en funcionarias/as y/o productores/as

A continuación se realiza una breve descripción de los principales puntos observados durante el proceso de la etapa centrada en la comunicación interna de La Provincia:

- Se registra falta de presupuesto para la actualización de equipos informáticos y equipamiento móvil para el despliegue territorial.
- No hay un manual de procedimiento o procesos de trabajo estandarizados que permitan simplificar el trabajo y dinamice los vínculos interpersonales, la comunicación interna, durante la etapa de diseño y ejecución de El Plan o El Proyecto. Si bien se menciona una gestión bien dispuesta para la recepción de propuestas y
- De las entrevistas surge la necesidad de contratar personal en la gestión pública para evitar la sobrecarga de tareas. En este sentido, se evitaría la participación de una misma persona en más de un proyecto o política a la vez, lo que sugiere una dedicación exclusiva que aumentaría la eficacia del personal.

- No hay una planificación estratégica de medios, ni de comunicación integral. Asimismo, se verifica un gran despliegue territorial y vínculos con municipios que facilitan la accesibilidad a las políticas públicas.
- No se identifican responsables de comunicación que diseñen, ejecuten y den seguimiento cotidiano a las acciones de gobierno.
- No se identifica un desarrollo de identidad gráfica estratégico y transversal a todas las dependencias de la gestión provincial, que fijen un orden y pautas para generar un vínculo automático entre la gestión de gobierno y sus acciones: planes y programas. No hay un manual de marca institucional o no se respetan los lineamientos principales.
- Los perfiles en redes sociales no cuentan con canales de contacto y que propongan un feedback con la ciudadanía. Asimismo, no hay reproducción de contenidos de la gestión central y no se utilizan los medios públicos provinciales para generar mayor tráfico y diversidad de contenidos.
- Las deficiencias en la conectividad a internet y la ruralidad generan dilaciones en la operativización de las políticas y los tiempos para su ejecución. En este sentido, se hace necesaria la presencia de funcionarias/os y agentes de gobierno en el territorio.
- No se observan desarrollos audiovisuales que tiendan a potenciar las visualizaciones y colaboren en un mayor *engagement rate* en la interacción con las publicaciones o aumento del público, por lo tanto, es muy baja la interacción de las audiencias en medios digitales.
- La selección de acciones a comunicar y la redacción de textos o copios, es correcta. Sin embargo, se observa la ausencia de concepto gráfico que unifique criterios de diseño para asegurar los efectos de sentido buscados.

Conclusiones del análisis cuantitativo, centrado en beneficiarias/os de El Plan o El Programa.

Surgen del análisis de la encuesta realizada, a modo de complemento de las entrevistas precedentes, en tanto aporte a la efectividad con la que se trabaja en los equipos técnicos y sus resultados son recibidos por la ciudadanía. En este sentido, se identifican las siguientes características:

- Presentaron más disponibilidad a la participación de la encuesta: Mujeres, cuyo rango etario varía entre 31-60 años. En su mayoría con estudios terciarios completos.
- La problemática de la conectividad a internet no se verifica como tal, el 43.25% de las encuestadas detectadas fuera de las principales ciudades, refieren en un 62.5% que utilizan redes sociales e internet para informarse, mientras que un 20.83% lo hace a través medios de comunicación tradicionales de origen local. Sin embargo, esto refiere a uso de datos vía celular, por lo cual no se descarta la problemática anteriormente descripta.
- Los medios locales son más importantes entre las mayores de 61 años, mientras que dicho interés va decreciendo cuanto menor edad refiere. Sin embargo, en todos los casos se observa una gran penetración de medios digitales.
- En términos generales se observa el reconocimiento y consumo como fuente de información de los medios de comunicación de gestión pública: la página web institucional de La Provincia, el canal de televisión público y la agencia de noticias del Estado Provincial. Tal es así que el 67.57% de los consultados afirman utilizarlos para tal fin.
- Dentro del grupo etario 31-60 se observó que el 70% de las y los participantes de la presente reconocen a los medios del sistema público provincial y asumen utilizarlos para informarse.
- Si bien surge que el 62.16% de las personas encuestadas no son alcanzadas por las políticas, el 44.14% evidencian conocerlas. El 33.33% refieren que lo hicieron a partir de las redes sociales. El 26.13% accede al conocimiento de los Planes o el Programa en cuestión, a través de conocidos. Concluyendo la importancia de internet y el trabajo territorial en la difusión de los actos de gobierno.

X. RECOMENDACIONES

INVERSIÓN EN EQUIPAMIENTO

Invertir en la renovación del equipamiento informático, tanto de hardware como de los software de gestión, es una iniciativa que aportará mayor dinamismo en los procesos operativos de la gestión aportando mayor eficacia en el diseño y ejecución de las políticas públicas. Además de modernización en los procesos, la adquisición

de equipamientos portables aportaría un recurso muy versátil para trasladarlo al territorio, realizar tareas en el formato homeoffice o de asistencia flexible.

Por otra parte, se considera conveniente la creación de una flota de transporte que funcione de forma transversal a todas las dependencias de La Provincia y sea puesta a disposición de las mismas para dinamizar la llegada al territorio. En este sentido, en lugar de adquirir nuevas unidades, se propone un reordenamiento que funcione a requerimiento espontáneo o programado por parte de los funcionarios/as y agentes de la gestión.

INSTITUTO DE CAPACITACIÓN PÚBLICA PROVINCIAL Y MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS.

Surge de los testimonios recogidos en las entrevistas, la buena recepción de parte del personal de la gestión por participar en planes de formación que den acceso a cursos y programas de formación continua que apunten el sentido de pertenencia organizacional, afiance el vínculo interpersonal y ordene los procesos de trabajo interno en el camino de la construcción de una cultura organizacional que sienta las bases, principios y valores que sean los pilares de la gestión.

Asimismo, es necesario la implementación de un curso específico de Diseño de Proyectos y Políticas Centradas en las Personas. A partir de esta propuesta, se pueden generar las bases para ordenar el flujo de información, los procedimientos necesarios y/o estandarizados para lograr un circuito claro, eficiente y ordenado, donde cada agente de gobierno pueda cumplir su rol, generar aportes, tener líneas de reportes claros y canales de documentación y seguimiento efectivo.

En este punto vale poner a disposición dicha herramienta para la formación de facilitadores y/o personas de todas las dependencias y poderes del Estado Provincial. Un caso fundamental para mencionar: empleados/as del Banco de La Pampa. Introducir a este universo en los productos y programas de la Administración Pública Provincial, es fundamental, ya que se detectó el desconocimiento de las políticas analizadas. Por eso, esta herramienta funcionaría para poder formar a agentes externos a la estructura del Poder Ejecutivo local.

MANUAL DE MARCA INSTITUCIONAL

La existencia de un manual de marca institucional no refiere únicamente a criterios comunicacionales que se limiten a definiciones estéticas o lineamientos tipográficos. Su creación ordena, hace reconocible la gestión, crea identidad y otorga sentido de

pertenencia y de reconocimiento. Porque lo que se propone no es una imagen sino un concepto que funcione como articulador que sintetice la propuesta de la gestión.

No se trata de homogeneizar todas las dependencias, ni sus políticas, pero es necesario que existan hilos conductores tanto estéticos, como conceptuales. En este sentido, una vez desarrollado, la estandarización de tipos de piezas, campañas y formatos de publicación, de acuerdo a la plataforma o medios de comunicación elegidos para su pauta. Teniendo en cuenta que cada medio posee su especificidad, se recomienda organizar las publicaciones de acuerdo a la segmentación que los medios de comunicación actuales proponen.

Esta forma de organizar la comunicación, por más que su objetivo está direccionado a un auditorio particular, tiende necesariamente a organizar los flujos de la información a nivel interno.

SISTEMA DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA

Tanto la Televisión Pública Pampeana, como la Agencia Provincial de Noticias tienen lógicas de funcionamiento distintas, objetivos disímiles, se cree conveniente generar una multimedios que potencie su alcance y colabore en la difusión de las acciones de gobierno.

Si bien estos medios no pueden ser pensados desde la lógica propagandística, sino que se piensa en un sistema que ponga en valor la vida cotidiana del habitante de La Provincia, construya sus propias representaciones desde una programación generalista que integre, eduque e informe. Se propone la incorporación de La Radio Pública Pampeana, atendiendo la gran penetración y reconocimiento de los medios de gestión estatal se considera una buena oportunidad para articular los tres canales y potenciarlos.

Para lograrlo, se requiere una identidad homogénea y la confluencia en un mismo lugar, ya sea en aplicación o direccionamiento de las páginas institucionales respectivas y el intercambio de contenidos a través de las redes sociales utilizadas para promocionar las respectivas programaciones. Por último, cada portal y red social debe funcionar en formato periodico digital, aunque lo más efectivo y recomendable es sintetizar en una misma marca, en un sitio con sus respectivas redes sociales.

PUNTOS DE CONEXIÓN

Debido a la referencias observadas, respecto de las problemáticas para una conectividad óptima, sobre todo en un contexto donde el acceso a internet se volviera

de interés público, se recomienda implementar áreas de conexión libre en ámbitos públicos como plazas, dependencias educativas, de gestión social o transporte público, que sirva para garantizar el servicio ante la deficiencia de las empresas prestatarias y que contribuya en la construcción de la agenda pública local.

Asimismo, se propone que para su acceso el usuario deba descargar la aplicación del Sistema de Medios Públicos Provincial, o bien se vincule a una interfaz que presente las principales acciones del Gobierno Provincial o su simple presencia lo construya como garante del derecho a la información.

Esta propuesta cierra el círculo para democratizar el acceso, promover la participación y, eventualmente, generar puestos de trabajo entendiendo que este servicio abrió puertas para el desarrollo de innumerable emprendimientos.

PROVINCIA SUSTENTABLE

Atentos a las menciones recogidas sobre la falta de promoción de la gestión ambiental, inclusive dentro de los proyectos en análisis que poco tienen que ver con la temática y teniendo en cuenta la vigencia de dicho agenda, se considera necesario incluir esta perspectiva que oriente el desarrollo de todos los proyectos, teniendo en cuenta la transversalidad que la sustentabilidad representa posibilita, una iniciativa muy instalada en las nuevas generaciones.

Estas acciones pueden comenzar con las buenas prácticas en los edificios de la Administración Pública Provincial, las escuelas y clubes de barrio. Pueden ser promovidas desde campañas de concientización. En este sentido, la promoción del cambio de prácticas saludables, colectivas, promueven una mejor interacción entre la gestión de gobierno en particular y la ciudadanía en general.

Para eso, se propone la formación y el incentivo hacia funcionarios/as y agentes de gobierno para que desarrollen, desde sus áreas, herramientas viables para visibilizar la problemática, empatizar con la ciudadanía y liderar la transformación social.