

Propuesta de Campaña para el respeto a la veda de pulpo en Bahía de los Ángeles

1. ¿Qué queremos?

Que los pescadores de Bahía de Los Ángeles refrenden su compromiso con la conservación del pulpo verde y café y respeten la veda los meses en los que no se pesca pulpo. (Que disminuya la pesca ilegal de pulpo durante el periodo de veda)

Que recuerden y estén plenamente conscientes de que respetar la veda es por beneficio propio. Que haya pulpo para pescarlo siempre en Bahía.

Que se sientan orgullosos y reconocidos por haber impulsado en su momento la veda voluntaria y luego, por respetar las vedas decretadas por la autoridad.

Que como individuos sientan un compromiso comunitario por no romper la veda porque con que uno la rompa, la afectación es para todos.

2. ¿A quién vamos dirigidos?

- a. Adoptante objetivo principal: Pescadores de Bahía de Los Ángeles y sus familias.
- b. Adoptante objetivo secundario: eslabones de la cadena de consumo de pulpo en BC.

Estrategias propuestas por etapas:

ETAPA DE PRODUCCIÓN

- o. Se aplica encuesta control sobre el conocimiento de la comunidad de pescadores de la veda, sus motivaciones e implicaciones.
1. **Se producirá un video emotivo dirigido a los pescadores de Bahía de Los Ángeles** en el que se les recuerda todo el camino recorrido hacia la conservación de su localidad. Desde haberla convertido en un ANP, hasta la veda voluntaria y también el intercambio de experiencias con Madagascar. Se les hará hincapié en el valor que tiene haber tomado decisiones como comunidad y lo importante que es honrar el acuerdo.

Este video está pensado para ser transmitido primero y sobre todo en el evento presencial al que se convocaría a los pescadores, de manera que

queden sensibilizados y comprometidos a refrendar el respeto a la veda. Antes de la firma del refrendo. (Luego puede ser usado en redes sociales)

Necesidades: Fotografías de la firma de la veda voluntaria y otras fotografías del trabajo de la comunidad. Realizar entrevistas, si fuera posible, con figuras de liderazgo y unión para la comunidad.

Duración del video: 2-3 minutos.

2. **Se producirá un video agradecimiento a los pescadores de Bahía.** Miembros de la cadena de consumo: chefs, pescaderías y comensales les dicen "Gracias" a cada uno por refrendar su compromiso con la veda y así cuidar el patrimonio natural y gastronómico de Baja California.

Este video está pensado para ser transmitido primero y sobre todo en el evento presencial al que se convocaría a los pescadores, el objetivo es elevar el nivel de reconocimiento y orgullo de los pescadores. Se proyecta después de la firma del refrendo. (Luego puede ser usado en redes sociales)

Necesidades: Lista de nombres de todos los pescadores de la comunidad. Solicitud de clips de video a los chefs de Baja y México, grabación de clips de comensales y mercados.

3. Diseño gráfico de un GRAN REFRENDO (Tamaño grande tipo 1.80 mts por 1.20 mts) en el que se puedan plasmar las firmas de todos los pescadores que refrendan el pacto de la veda. Este gran refrendo da para fotografías y esfuerzos de Relaciones Públicas que puedan ayudar a darles orgullo y pertenencia. El gran refrendo se firmaría el día del evento presencial.
4. Diseño gráfico y producción de gorras/ camisetas con la imagen de la campaña de refrendo de la veda, que sean entregadas a los pescadores a manera de inclusión en un nuevo "equipo". Estos suvenires se entregarían en el evento presencial.
5. Producción de un spot audio que pueda ser enviado por WhatsApp entre pescadores y también usado para perifoneo en la comunidad. El spot traería información de forma amigable sobre la veda, los tiempos, los por qué y lo perjudicial que es que algún miembro local o externo rompa la veda y extraiga pulpo en el momento de su reproducción o crecimiento. (Refuerzo al pacto social).

ETAPA IMPLEMETACIÓN

6. Evento Información sobre la veda y convocatoria al refrendo. Evento presencial en BLA donde se espera la asistencia de todos los pescadores.

7. Proyección de los videos producidos. Convocatoria a la firma de refrendo. Entrega de suvenires.
8. Entrega de DIPLOMA CERTIFICADOR. Vincularnos con la campaña de Sello de Garantía y entregar los diplomas a los pescadores que ya forman parte de ella, así como cartas de invitación a los que, según el padrón, todavía faltan de sumarse. (Refuerzo valor agregado)
9. Campaña de redes sociales. Usar la plataforma FB "Por una mejor pesca" para publicar 1-2 veces a la semana información emotiva, técnica y de refuerzo de la importancia de la veda del pulpo en Bahía de Los Ángeles, lo valorable del esfuerzo comunitario y todos los reconocimientos. Así como promocionar el sello de garantía adquirido en esta pesquería por esa comunidad. Los mensajes irían cambiando cada semana, de manera que podamos cubrir los estadios de:

Los pulpos están reproduciéndose, espera.

Los pulpos están creciendo, espera.

Los pulpos ya están en talla.

El pulpo de BLA es de muy alta calidad.

Necesidades: datos de la importancia del pulpo de BLA, datos de la veda del pulpo, fotos de BLA y de la pesca, etc.

10. Envío de audios por whatsapp con la información de la veda e invitando a toda la comunidad a respetarla y a sancionar socialmente al que la rompa. "No es más listo el que sale a pescar, sino el que espera y vende el pulpo de calidad"

ETAPA SEGUIMIENTO

11. Diseño gráfico y producción de un sticker o elemento de empaque que sea entregado a los pescadores para la hora en la que entregan su producción a los diferentes eslabones de la cadena de consumo. Presencia visual de ese sticker puede ser entregado también a los mercados, los chefs y restaurantes que consuman y pulpo sustentable, con sello de garantía de respeto a la veda.
12. Relaciones públicas: conseguir 1 reportaje a profundidad sobre el valor comunitario de acordar la veda, respetarla y refrendarla. Otro ángulo puede ser la historia de intercambio de experiencias entre Bahía de Los Ángeles y Madagascar.
13. Difusión del video agradecimiento del mercado por haber respetado la veda.
14. Envíos de audios agradecimiento a la comunidad.

15. Se aplica encuesta de salida de la estrategia, se pregunta a la comunidad sobre su conocimiento de la veda, sus porqués e implicaciones y se comparan los resultados.

Conceptos creativos:

- Se desarrollará concepto creativo para slogan, suvenires e imagen general de la campaña.

Los ejes temáticos/discursivos son:

Pescador inteligente respeta la veda de pulpo en Bahía de Los Ángeles.

Dos veces más y mejor pulpo en noviembre. ¡Respetar la veda en Bahía sí conviene!

Soy orgulloso Y RESPETUOSO pescador de pulpo de Bahía de Los Ángeles.
¡Yo sí espero la veda, porque sí conviene! (2 veces más pulpo desde que inicio la veda)

El pulpo es para todos, la veda también. Respetar la veda sí conviene.

¡Qué nervios! Los pulpos están creciendo. #Noviembre2021 #YaCasi

Pescador inteligente respeta la veda. #PulpoHastaNoviembre2021

#VedaDePulpoSíConviene #BahíaDeLosÁngeles

Las cosas que valen, cuestan... Gracias por resistir. #PescadoresRespetanLaVeda

Ejemplo de productos comunicativos:

VEDA DEL PULPO
¡YO RESPETO SÍ PORQUE SÍ CONVIENE!

**SIN COMPRAR
SIN PESCAR
SIN CONSUMIR**

PULPO CAFÉ 1 AGO - 30 NOV
PULPO VERDE 1 SEP - 30 NOV

Logos: CONANP, INAPESCA, BAJA CALIFORNIA, CONAPESCA, pro natura

**REFRENDAN RESPETO A LA
VEDA DE PULPO**

Logos: CONANP, INAPESCA, BAJA CALIFORNIA, CONAPESCA, pro natura

**¡DI SÍ A LA VEDA DEL PULPO Y
SÚMATE AL FIP DE PULPO!**

#BAHIAD
LOSANGELES

Logos: CONANP, INAPESCA, BAJA CALIFORNIA, CONAPESCA, pro natura





Acceso a Videos e insumos de campaña de difusión de veda de pulpo:

<https://www.facebook.com/porunamejorpesca/videos/2604099743232004>