

Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada

PLANDIA 2025



Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego
Lima - Perú



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

REPÚBLICA DEL PERÚ

Dina Boluarte Zegarra
Presidenta de la República

MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO

Ángel Manero Campos
Ministro

VICEMINISTERIO DE POLÍTICAS Y SUPERVISIÓN DEL DESARROLLO AGRARIO

Carmen Inés Vegas Guerrero
Viceministra

Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas

César Santisteban Pérez
Director General

Dirección de Estadística e Información Agraria

Oscar Gutiérrez Ortega
Director

Secretaría Técnica REDIAGRO

Delia Sánchez Pisco
Secretaria Técnica

Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada

PLANDIA 2025

Revisión y conformidad de miembros de la REDIAGRO

Representantes REDIAGRO de las Direcciones y Oficinas Generales del MIDAGRI.
Representantes REDIAGRO de las OPA: INIA, SENASA, ANA, AGROMERCADO, SERFOR.
Representantes REDIAGRO de Programas: Agroideas, Agro Rural, PSI.
Representantes REDIAGRO de Proyectos Especiales.
Representantes REDIAGRO Regional de los gobiernos regionales.
Representantes REDIAGRO de los sectores y entidades afines al agro.

Editado por:

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego
Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas / Dirección de Estadística e Información Agraria
Jr. Cahuide 805, Jesús María. Lima, Perú.

Diseño gráfico:

Diego Fabian Chumpe

Publicado: enero 2025

Contenido

I. ANTECEDENTES	6
II. MARCO LEGAL	9
III. CONTEXTO GLOBAL Y NACIONAL	11
IV. PROCESO METODOLÓGICO	19
4.1 REVISIÓN DEL DOCUMENTO	20
4.2 ENCUESTA	20
4.3 DESARROLLO DE TALLERES	21
4.4 VALIDACIÓN DEL PLANDIAE 2025	22
4.5 PLANDIAE 2025 COMPARTIDO	22
V. SITUACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN AGRARIA	23
5.1 PROBLEMA PÚBLICO	24
5.2 CAUSAS DEL PROBLEMA PÚBLICO	25
5.3 EVIDENCIAS DEL PROBLEMA	25
VI. EJES ESTRATÉGICOS DEL PLANDIAE 2025 ALINEADOS	31
VII. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	34
7.1 VISIÓN MIDAGRI	34
7.2 VISIÓN REDIAGRO	34
7.3 MISIÓN MIDAGRI	34
7.3 MISIÓN REDIAGRO	34
VIII. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	35
8.1 OBJETIVO GENERAL.....	35
8.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	35
IX. FINALIDAD	36
X. ALCANCE DEL PLANDIAE	36
XI. ESTRATEGIAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLANDIAE	37
11.1 PÚBLICO OBJETIVO.....	38
PÚBLICO PRIORITARIO	38
PÚBLICO COMPLEMENTARIO.....	38
11.2 OFERTA Y DEMANDA DE IAE	39
11.3 ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS INFORMATIVAS	39
11.4 ARTICULACIÓN	40
11.5 MENSAJES CLAVES	41
11.6 MEDIOS Y PLATAFORMAS DE DIFUSIÓN	41
11.7 PIEZAS Y PRODUCTOS COMUNICACIONALES	42
11.8 ACTIVIDADES COMUNICACIONALES	42
XII. LÍNEAS DE ACCIÓN /ACCIONES ESTRATÉGICAS	43

OE1: PROMOVER LA GENERACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONOCIMIENTOS E INFORMACIÓN AGRARIA ESPECIALIZADA PARA ORIENTAR EL ACCESO Y USO A LOS SERVICIOS PÚBLICOS AGRARIOS, FORTALECER LA COMPETITIVIDAD AGRARIA, ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS Y TOMA DE DECISIONES, ESPECIALMENTE A PRODUCTORES DE AGRICULTURA FAMILIAR	44
OE2: PROMOVER Y ATENDER LAS DEMANDAS DE INFORMACIÓN SOBRE FINANCIAMIENTO, SEGURO AGROPECUARIO, MERCADOS Y COMPRAS ESTATALES PARA FACILITAR EL ACCESO DE LOS PRODUCTORES AGRARIOS Y CONTRIBUIR CON LA SEGURIDAD ALIMENTARIA DEL PAÍS	44
OE3: GENERAR Y DIFUNDIR INFORMACIÓN SOBRE LOS RECURSOS NATURALES PARA CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA Y EL CUIDADO AL MEDIOAMBIENTE	45
OE4: PROMOVER LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN ADECUADA A LOS AGENTES ECONÓMICOS DEL AGRO PARA CONTRIBUIR A LA MODERNIZACIÓN, MANTENIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA AGRARIA Y TECNOLOGÍAS DE RIEGO QUE IMPULSEN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD AGRARIA	45
OE5: CONTRIBUIR A FORTALECER LA INSTITUCIONALIDAD Y ARTICULACIÓN DEL SECTOR CON LOS NIVELES REGIONALES Y LOCALES CON COMPETENCIAS EN MATERIA AGRARIA	45
XIII. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES 2025	46
13.1 EJES, OBJETIVOS, LÍNEAS DE ACCIÓN, ACTIVIDADES, INDICADORES Y CRONOGRAMA	47
13.2 ACTIVIDADES PROGRAMADAS 2025	54
XIV. OPERATIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD	57
XV. FINANCIAMIENTO Y PRESUPUESTO	58
XVI. MONITOREO Y EVALUACIÓN	59
Anexos	60

Introducción

El Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada -PLANDIA 2025 del Sector agrario, es un instrumento orientador en cuanto a la generación, gestión, implementación, acceso y uso de la información agraria especializada, diseñado con un enfoque estratégico adaptado a las exigencias de atención de necesidades de información de los agentes del agro, especialmente productores agrarios de la agricultura familiar, para apoyar el cumplimiento de los objetivos de la Política Nacional Agraria y de los planes operativos institucionales.

El PLANDIAE 2025, ha sido diseñado mediante un proceso participativo de especialistas del nivel central y de los gobiernos regionales, partiendo del análisis de la oferta de información y capacitación de las diversas entidades que comprenden el Sector, considerando las características de los agentes económicos del agro, sus demandas de información y preferencias en cuanto a los medios que usan habitualmente para informarse. La finalidad es enriquecer el conocimiento rural, motivar la eficiencia y competitividad en las actividades productivas, en armonía con los objetivos sectoriales y la política general de gobierno.

En este derrotero, el PLANDIA 2025 busca contribuir a combatir al principal problema público del agro identificado por la Política Nacional Agraria: *“Bajo nivel de desarrollo competitivo agrario”*, que plantea al 2030, mejorar en un 36%, el incremento del nivel de integración vertical a la cadena de valor de los productores agrarios, reducir la proporción de productores del nivel de subsistencia y mejorar el manejo de los recursos naturales para la producción agraria sostenible.

El PLANDIA 2025 tiene como pilares de intervención cinco ejes estratégicos que responden a las principales competencias y funciones de la administración pública agraria: 1) Servicios agrarios e Innovación tecnológica, 2) Financiamiento, seguro, mercados y seguridad alimentaria, 3) Agua, suelo, bosques y clima, 4) Infraestructura agraria y riego y 5) Política agraria y gobernabilidad.

Las actividades propuestas se direccionan preferentemente a atender las necesidades de información de los pequeños y medianos productores agrarios, priorizando ofertas temáticas que orienten al acceso y uso a los servicios brindados por el sector, que a la vez permita hacerlos más competitivos, adoptar buenas prácticas, acceder en mejores condiciones a los diferentes mercados nacionales e internacionales y desarrollar una agricultura sostenible.

El PLANDIA 2025, también dimensiona atender las necesidades de los generadores de información a fin de lograr una información de calidad, veraz y oportuna, facilitadora de soluciones con visión global y territorial; reto que solo es posible con el trabajo articulado entre sectores y regiones, colocando al capital humano en el centro del desarrollo económico y social.

Asimismo, prevé desarrollar sinergias para un trabajo colectivo en múltiples actividades a través de los diferentes órganos, organismos, programas y proyectos especiales del MIDAGRI, la mayoría de ellas en coordinación con los gobiernos regionales, sectores afines, organizaciones agrarias, entre otros aliados estratégicos, bajo estándares que cumplen con las nuevas tendencias del mundo actual que, entre otros, obliga al uso de tecnologías avanzadas y al efecto cascada para poder llegar con información al mayor número de agentes del agro.

La formulación e implementación del PLANDIA 2025, es liderada por la Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas – DGESEP del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, y a nivel regional por las Direcciones y Gerencias Regionales de Agricultura de los gobiernos regionales.



I. Antecedentes

El artículo 81° de la Resolución Ministerial N° 0080-2021-MIDAGRI-SG, que aprueba el texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del MIDAGRI, señala que la Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas -DGESEP, es la autoridad estadística agraria nacional, responsable de difundir información agraria del Sector, así como del seguimiento del cumplimiento de las políticas, estrategias, planes sectoriales, programas, proyectos especiales y normas en materia agraria; asimismo tiene entre sus funciones conducir la Red Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada – REDIAGRO, el Centro de Documentación del Sector y el Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias - SIEA; además de gestionar estrategias e instrumentos para la difusión del conocimiento e información.

El primer Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada, fue formulado en el año 2013, en el marco de la Red Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada–REDIAGRO, espacio de coordinación creado mediante Decreto Supremo N° 014-2012-AG, para optimizar la intervención conjunta de los tres niveles de gobierno en la generación, acceso, difusión y uso de la información agraria especializada para los distintos grupos de interés, especialmente los pequeños y medianos productores agrarios.

A partir del 2013, a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 24° de la Resolución Ministerial RM N° 0416-2016-Minagri, la Secretaría Técnica de la REDIAGRO, en enero de cada año, lidera la formulación, del Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada, instrumento que es consensado y aprobado por los representantes de sus 70 entidades miembros: 32 de los cuales son órganos de línea del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (direcciones y oficinas generales, unidades ejecutoras) organismos públicos adscritos (SENASA, INIA, SERFOR, ANA, AGROMERCADO), programas (PSI, AGROIDEAS, AGRORURAL) y proyectos especiales. Asimismo, 25 son DRA/GRA de los gobiernos regionales, la Municipalidad de Lima Metropolitana, más 12 entidades afines al agro: Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS (a través del Programa Nacional Plataformas de Acción para la Inclusión Social - PAIS y el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES); el Ministerio del Ambiente - MINAM, el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas – SERNANP; el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU; el Ministerio de la Producción y el Instituto Tecnológico de la Producción – ITP; AGROBANCO; el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI y la Universidad Nacional Agraria La Molina.

Son responsables de la formulación, implementación, seguimiento y evaluación del PLANDIA, todas las entidades del Sector y a nivel regional, la secretaría técnica de las 24 REDIAGRO Regional, de conformidad con el Reglamento Interno de la REDIAGRO, aprobado con Resolución Ministerial N° 0416-2016-MINAGRI.

La misión principal de la REDIAGRO es compartir información agraria especializada a los diferentes agentes económicos agrarios, especialmente a pequeños y medianos productores y aliados estratégicos, que contribuyan al desarrollo de conocimientos, fortalecimiento de capacidades, mejora en la toma de decisiones, adopción de buenas prácticas, a resolver problemas, generar cambios u aprovechar oportunidades de mercado, entre otros; que redunden en el desarrollo competitivo del agro (Art. 22° RM 0416-2016-Minagri)

Entre las principales acciones que comprende el Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada – PLANDIA es el desarrollo de eventos especializados sobre las diferentes temáticas que atañen al sector, sobre todo aquellas de coyuntura que impactan en el desarrollo productivo y comercial del agro nacional, actividades que se realizan sumando esfuerzos colaborativos entre las entidades miembros de la REDIAGRO.

Como referencia, en el ejercicio del año 2023, en el marco del PLANDIA 2023, se desarrollaron un total de 36 eventos informativos, de los cuales 16 fueron talleres que tuvieron como objetivo fortalecer las capacidades de los gestores públicos y los productores agrarios, en cuanto a la gestión de la información, el acceso y uso a las TIC y la formulación, monitoreo, seguimiento y evaluación de planes de difusión, asimismo se realizaron 18 conferencias virtuales sobre diversos temas en materia agraria, a través de las

cuales se compartió información a más de 27 686 personas a nivel nacional, estimándose que un 20% del total fueron productores agrarios y 26.81% mujeres, además de dos exitosas activaciones a nivel nacional: “Planta tu Árbol Favorito. Deja tu huella verde 2023” y la “Feria virtual del Catálogo de Productos Agrarios”, en las cuales participaron un número indefinido de usuarios.

En el año 2024, se desarrollaron en total 32 eventos informativos especializados, entre presenciales y virtuales, a través de los cuales se compartió información a más de 22 196 agentes económicos del agro, de los cuales el 18% fueron productores agrarios y 33% mujeres. En este periodo también se aplicaron 16 encuestas de satisfacción para conocer la percepción sobre la prestación del servicio de información en relación a los contenidos compartidos, en los talleres y conferencias, horarios y utilidad de la información en sus labores productivas.

También se compartió y difundió, cada primer día laborable de cada mes, un total de 12 calendarios de eventos de capacitación y asistencia técnica del MIDAGRI, sus OPAs, programas, proyectos especiales y unidades ejecutoras, a través de los cuales se ofertaron durante el año 2024 un total estimado de 36 000 eventos a nivel nacional.

Igualmente se puso especial énfasis en promover y resaltar las bondades de la inteligencia de negocios y oportunidades de mercado, vía el Catálogo Virtual de Productos Agrarios, el cual como resultado de las acciones de promoción y difusión pasó de 130 000 mil visitas de potenciales compradores en el acumulado de los años 2020 a 2023 a más de 220 000 visitas en el acumulado al 2024.

Igualmente, en el marco del PLANDIA, se compartió de manera permanente a los diferentes agentes económicos del agro, publicaciones y documentos especializados, como libros, manuales, guías y fichas técnicas, estudios de mercado, reportes económicos y estadísticos, entre otros.

La dinámica de compartir y difundir información agraria se realizó de manera coordinada y articulada con los gobiernos regionales y los aliados estratégicos de los sectores afines al agro y las organizaciones agrarias.



II. Marco legal

- Ley N° 31075 Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego-MIDAGRI, Reglamento y normas complementarias.
- Decreto Supremo N° 004-2021-MIDAGRI, aprueba la Sección Primera del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego – MIDAGRI.
- Resolución Ministerial N° 0080-2021-MIDAGRI, Aprueba el Texto Integrado del ROF MIDAGRI.
- Decreto Supremo N° 164-2021-PCM-MINAGRI, aprueba la Política General de Gobierno 2021 – 2026.
- Decreto Supremo N° 017-2021-MIDAGRI, aprueba la Política Nacional Agraria 2021 – 2030.
- Decreto Supremo N° 095-2022-PCM, aprueba el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050.
- Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.
- Ley N° 30355, Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar y su Reglamento aprobado con Decreto Supremo N° 015-2016-MINAGRI.
- Decreto Supremo N°014-2012-AG, que crea la Red Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada–REDIAGRO, sus modificatorias y Reglamento (RM N° 0416-2016-MINAGRI).
- Decreto Supremo N° 345-2018-EF, que aprueba la Política Nacional de Competitividad y Productividad.
- Ley 30987, Ley que fortalece la planificación de la producción agraria.
- Ley N° 27783, Ley de Bases de la Descentralización y sus modificatorias.
- Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias.
- Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades y sus modificatorias.
- Ley N° 30035, crea el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto.
- Decreto Legislativo N° 1412, que aprueba la Ley de Gobierno Digital.
- Decreto Legislativo N° 1082, que crea el Sistema Integrado de Estadística Agraria-SIEA y su Reglamento (Decreto Supremo N° 021-2009-AG).
- Ley N° 29763, Ley Forestal y de Fauna Silvestre. Ley N° 29763, Ley Forestal y de Fauna Silvestre.
- Ley N° 29338, Ley de Recursos Hídricos.
- Ley N° 29972, Ley que promueve la inclusión de los productores agrarios a través de las cooperativas.
- Decreto Legislativo N° 1060, Decreto que regula el Sistema Nacional de Innovación Agraria.
- Resolución Ministerial N° 0501-2022-MIDAGRI, aprueba la Directiva General N° 003-2022-MIDAGRI-DGESEP-DEIA, que regula la centralización y el funcionamiento del Repositorio Institucional de la Información agraria especializada del MIDAGRI.
- Decreto Legislativo N° 1088, Ley del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- Resolución de Secretaría General N° 0061-2023-MIDAGRI-SG, Aprueba el Plan Estratégico Institucional PEI 2019-2027 Modificado del MIDAGRI:
- Resolución Ministerial N° 065-2024-MIDAGRI, Aprueba el Plan Operativo Institucional Multianual 2024-2026 del MIDAGRI.
- Resolución Ministerial N.° 0427-2024-MIDAGRI, Aprueba el Plan Operativo Institucional Anual 2025 (POI) del MIDAGRI.



III. Contexto global y nacional

El IV Censo Nacional Agropecuario (CENAGRO 2012 - INEI) señala que el número de productores dedicados a la actividad agraria es de 2 260 973, de ese total 2 213 506 cuentan con tierras que representan una superficie de 38,7 millones de hectáreas, de las cuales el 15,8% se ubica en la costa, el 63,6% en la sierra y el 20,6% en la selva. Del total de productores agrarios con tierras (2 213 506), el 97% son productores agrarios de la agricultura familiar, los cuales son caracterizados, principalmente, por el uso de la fuerza laboral familiar, y el 3% representa a los agricultores empresariales, caracterizados por el uso de fuerza laboral permanente y no familiar. En cuanto a la agricultura familiar, se distinguen tres categorías de productores agrarios: 88% de agricultura familiar de subsistencia, 10% en agricultura familiar en transición (o intermedia), y el 2% en la agricultura familiar consolidada (ENAF, 2015).

Datos más frescos del observatorio del **Padrón de Productores Agrarios** (enero 2025)¹, impulsado por el MIDAGRI muestran al 13 de enero de 2025, un total de **2,035,733 productores plenamente registrados, los cuales poseen 2,795,045 parcelas, con una superficie agrícola 12,022,792 de hectáreas**, cifras que mostrarían un considerable incremento del número de productores, considerando que el CENAGRO 2012 refiere un total de superficie de 38.7 millones de hectáreas. Al respecto, cabe destacar que en este periodo el empadronamiento se centró en los pequeños productores, la mayoría de ellos poseedores de menos de cinco hectáreas.

Según el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050, el Perú posee aproximadamente el 2% de los bosques del mundo (FAO, 2020b), el 1,89 % de las reservas de agua dulce del mundo y cuenta con el 21,4% de las reservas mineras mundiales de plata y el segundo lugar de mayores reservas de cobre y molibdeno; el cuarto lugar en reservas de plomo y el quinto en zinc, pero también refiere que, no posee un adecuado y eficiente proceso de extracción y aprovechamiento de los recursos e indica que más del 57 % de la población mundial vivirá en zonas de estrés hídrico severo y la demanda de alimentos aumentará en aproximadamente 60 % y se requerirá de mayor número de tierras cultivables (Boretti & Rosa, 2019; Roland Berger Institute, 2020).

En cuanto al panorama económico del país, según reporte del Banco Central de Reserva - BCR de diciembre 2024², las tendencias generales del crecimiento global se mantienen, destacando el dinamismo de Estados Unidos y la desaceleración de otras economías desarrolladas. La proyección del crecimiento mundial para el 2025 es de 3,1% a 3,0%, bajo un escenario de inflación controlada, menores tasas de interés y medidas proteccionistas moderadas.

Señala que el PBI 2024, acumuló un crecimiento de 3,0% interanual, sustentada en la mayor producción de los sectores primarios, particularmente de la minería metálica, pesca y manufactura asociada y en condiciones climáticas normales, asimismo una evolución favorable del mercado laboral, reducción de la inflación, recuperación de las expectativas empresariales e impulso del gasto privado a favor de las actividades no primarias como comercio y servicios. La expectativa de crecimiento del PBI para el 2025 está entre 2,9% y 3,0% y la proyección de inflación esperada, entre 2,40% y 2,50%.

Al 8 de enero de 2025, las Reservas Internacionales Netas totalizaron USD 82 802 millones (constituidas por activos internacionales líquidos) equivalente al 29% del PBI.

En el 2024 el sector agropecuario, mantuvo su proyección de crecimiento en 3,5%, a pesar del déficit hídrico observado hasta diciembre (acumulado de 48.6%), en la sierra norte; y octubre, en la sierra central y sur. En ese contexto, se afectaría la producción de arroz, limón y algodón en el norte, especialmente en Piura y Lambayeque. La deficiencia hídrica en la sierra centro y sur ocurrida entre agosto y octubre se atenuó con lluvias intensas en noviembre, afectando la producción de papa, forrajes y productos andinos.

Para 2025 se estima un crecimiento entre 3,0 % y 3.5%, asumiendo condiciones climáticas normales.

¹<https://observatorio-ppa.midagri.gob.pe/>

²<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2024/diciembre/reporte-de-inflacion-diciembre-2024.pdf>

Al 19 de diciembre 2024, el almacenamiento de agua se redujo en los reservorios de Piura (Poechos y San Lorenzo) y Lambayeque (Tinajones). Ambos departamentos fueron declarados en emergencia por déficit hídrico. En La Libertad (Gallito Ciego) el almacenamiento fue de 42,85%; y en Arequipa, el sistema Chili superó el 60% y Condorama, el 37%.

De acuerdo a un reporte de la Dirección de Estudios Económicos del MIDAGRI, el comportamiento hídrico anómalo afectó la campaña agrícola 2024/2025, al punto que las siembras a noviembre reflejan una situación de “alerta”, por menores siembras acumuladas en -5,6 % en seis de los siete cultivos priorizados en el Marco Orientador de Cultivos. En arroz, al cuarto mes de iniciada la campaña agrícola 2024/2025, las siembras mantienen una disminución de -12,4 %, respecto a las últimas cinco campañas, y -13,7 % respecto a la campaña 2023/2024. En papa, -1,7 %, respecto a las últimas cinco campañas y -4,8 % comparado con la campaña 2023/2024. En maíz amarillo duro -10,8 %, respecto al promedio de las últimas cinco campañas, y -9,4 % respecto a la campaña 2023/2024. En maíz amiláceo -4,6 %, respecto a las últimas cinco campañas y -1,9 % comparado con la campaña 2023/2024. En maíz choclo y quinua igualmente disminuyeron en -5,0 %, respecto a las últimas cinco campañas y -2,4 % frente a la campaña 2023/2024.

En cuanto a las agroexportaciones, según una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), del 31 de diciembre 2024³, el país alcanzará un nuevo récord exportador, con proyecciones superiores a los US\$ 73 mil millones. En los primeros diez meses del año, las exportaciones peruanas sumaron US\$ 60 168 millones, debido al mayor volumen exportado (+6,4%) y mejores precios (+7,9%), destacando los crecimientos de las exportaciones de los sectores pesca (+26,6%), agropecuario (+23,3%) y minería metálica (+15%).

Este dinamismo ha sido impulsado, además, por un aumento en el número de exportadores. En los primeros diez meses de 2024, se registraron 8991 exportadores, cifra superior en 4,2% frente al mismo periodo de 2023. El 70% de estas empresas son Mipymes, reforzando el papel de las pequeñas y medianas empresas como pilares de nuestra economía.

Las exportaciones regionales también mostraron un comportamiento favorable, y representaron el 84% del total exportado, alcanzando, en el periodo enero - octubre del 2024, los US\$ 50 327 millones, que es 14.3% más que el mismo periodo del 2023.

Las 18 regiones que elevaron sus exportaciones son: Huánuco, Ucayali, Puno, Amazonas, Loreto, Áncash, San Martín, Pasco, Tacna, La Libertad, Cajamarca, Ica, Moquegua, Junín, Madre de Dios, Ayacucho, Arequipa y Lambayeque. Cabe precisar que, a octubre de 2024, Puno, Ucayali, Loreto y Amazonas alcanzaron niveles históricos de exportación.

En cuanto a la política de apertura comercial del país, se priorizó la generación de oportunidades con Asia lográndose la optimización del TLC con China y un nuevo Tratado de Libre Comercio (TLC) con Hong Kong, así como el anuncio de la conclusión de la negociación de los capítulos con Indonesia.

En lo que respecta a China, a partir de la inauguración del nuevo Puerto de Chancay (el más grande de Sudamérica), en noviembre de 2024, en el distrito de Chancay, provincia de Huaral (Lima), se ampliaron las expectativas comerciales con el gigante de Asia, consolidando al Perú como el principal ‘hub’ portuario del Pacífico Sur, con una conexión directa al continente asiático, con buques con capacidad de 18 000 a 24 000 TEUs (contenedores de 20 pies), reduciendo en hasta 12 días menos el tránsito entre ambos continentes. Otra importante inversión, es el Terminal Portuario Marcona, ubicado en la región Ica, por US\$ 405 millones, cuyo principal inversionista es la empresa Shougang Hierro Perú, que también promete acortar significativamente los tiempos de llegada del intercambio de productos a destino, a lo que se suma el remozado Aeropuerto Jorge Chávez de Lima.

³<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1084041-mincetur-2024-peru-alcanzo-nuevos-records-en-exportaciones-y-consolida-su-oferta-turistica>

Este panorama global y las megatendencias, obligan en el presente a visionar medidas estratégicas para generar oportunidades y enfrentar los grandes problemas, desafíos y vaivenes de la sociedad, en todas las dimensiones de la vida de las personas: económica, social, productiva, ambiental e institucional; sumado a las grandes brechas que limitan nuestro desarrollo como son la corrupción, la debilidad institucional, la exclusión de ciertos sectores en la toma de decisiones nacionales y la falta de una comunicación asertiva con las poblaciones desplazadas, entre otros, atendiendo con equidad según la diversidad geográfica y cultural, en un contexto de cambio climático.

Aspecto normativo

La “**Política Nacional Agraria 2021 - 2030**” de julio 2021, identifica como problema público el “bajo nivel de desarrollo competitivo agrario” y plantea priorizar tres objetivos para abordar las causas y los efectos con la visión de mejorar en un 36%, el incremento del nivel de integración vertical a la cadena de valor de los productores agrarios, reducir la proporción de productores agrarios familiares en el nivel de subsistencia y mejorar el manejo de los recursos naturales para la producción agraria sostenible:

- OP1. Incrementar el nivel de integración vertical de los productores agrarios en la cadena de valor.
- OP2: Reducir la proporción de los productores agrarios familiares en el nivel de subsistencia.
- OP3. Mejorar el manejo de los recursos naturales para la producción agraria sostenible.

La **Política General de Gobierno para el período 2021-2026**, aprobada con Decreto Supremo N° 164-2021- PCM, contiene los ejes, lineamientos prioritarios y líneas de intervención que orientan las acciones de las distintas entidades públicas, tres de los cuales están íntimamente ligados al quehacer agrario:

- Eje 1: Generación de bienestar y protección social con seguridad alimentaria.
- Eje 2: Reactivación económica y de actividades productivas con desarrollo agrario y rural, contribuyen a la implementación de la Segunda Reforma Agraria.
- E.5: Descentralización, fortalecimiento institucional y del servicio civil.

En complementariedad con las normas nacionales, el **Plan Sectorial Estratégico Multisectorial - PESEM 2024-2030** del Sector Agrario y de Riego, establece como Objetivos Estratégicos Sectoriales (OES):

- Mejorar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en el sector agrario.
- Incrementar la resiliencia y mitigación al cambio climático en el Sector Agrario.
- Elevar la productividad de los sistemas productivos agrarios.
- Incrementar el acceso al mercado de productos agrarios.

Para el logro de los objetivos descritos líneas arriba, la información agraria especializada cumple un rol fundamental como instrumento de apoyo para lograr la innovación, el acceso y uso a las herramientas tecnológicas y la ansiada competitividad agraria para la mejora de la productividad y rentabilidad, representando una ventaja comparativa para impulsar el desarrollo del conocimiento, el fortalecimiento de las capacidades y la dinámica comercial sin barreras, a la par que hace posible el uso de la inteligencia artificial, el big data, la nanotecnología, el Internet de las cosas, la impresión 3D, la robótica, entre otras innovaciones para producir dispositivos, sistemas, métodos, prototipos, productos, servicios, modelos organizativos y el e-Commerce o comercio electrónico.

Tendencias en el acceso y uso de tecnologías

En la actualidad, el uso de las tecnologías de información y comunicación, continúan imponiéndose como práctica en los diversos aspectos de la vida cotidiana y productiva. A nivel de la gestión interna, los trabajadores de todas las edades continúan presionados a alfabetizarse digitalmente y a fortalecer sus conocimientos en el uso de tecnologías, asimismo, en el aspecto comercial se ha convertido en una necesidad el implementar tecnologías que faciliten la compra – venta de productos “online”.

En busca de esta modernización tecnológica, el MIDAGRI ha implementado una serie de importantes reformas, algunas de ellas con la ayuda de la inteligencia artificial generativa y aplicada en las tecnologías para mejorar su capacidad de generar valor público, promover el bienestar de la población, automatizar procesos y generar interminables colmenas de datos que facilitan el análisis, la solución de problemas, capacidad de hacer predicciones, cumplir y controlar tareas, crear necesidades, generar nuevos contenidos en diversas formas (textos, gráficos, videos, códigos, secuencias, etc., que permiten el autoaprendizaje y el fortalecimiento de capacidades) y nuevos productos, entre otros.

La nueva realidad es que la automatización de la digitalización de registros y experiencias interactivas permite almacenar cantidades inimaginables de información en la nube. Gracias al internet es posible estar cada vez más y mejor conectados, a través de celulares, redes sociales, aplicativos y otras herramientas tecnológicas, unas más novedosas que otras.

En el documento, Informe Técnico Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, (INEI, diciembre 2024)⁴, elaborado a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (tercer trimestre de 2024) muestran que aún persisten las brechas entre el campo y la ciudad en cuanto a conectividad digital y sobre todo a prácticas de uso de las herramientas tecnológicas, las cuales aún resultan inalcanzables para la mayoría de la población peruana rural, de acuerdo a las características de los hogares y el perfil sociodemográfico de los jefes de hogar, así como, las diferencias en el acceso por ámbito geográfico. Además, aborda el acceso y uso de las TIC a nivel de la población, visualizando las diferencias de la conectividad de acuerdo al: sexo, edad, nivel educativo, etnia, condición de pobreza, entre otros.

A continuación, los principales hallazgos en los hogares del país:

- 95,5% de hogares tenían acceso al menos a alguna de las siguientes tecnologías: telefonía fija, móvil, Internet o televisión por cable, 97,9% en el área urbana y **87,1% en la rural**, existiendo una brecha de 10,8% a favor de los hogares ubicados en el área urbana.
- 94,9% de hogares al menos un miembro cuenta con teléfono celular (**Área rural 86,6%**), el 87,9% tienen únicamente celular.

1.2.2 Acceso de los hogares al teléfono celular

CUADRO N° 1.4

Perú: Hogares que tienen telefonía móvil, según área de residencia

Trimestre: Julio-Agosto-Setiembre 2019 - 2024

(Porcentaje)

Área de residencia	Julio-Agosto-Setiembre						Variación 2024/2023 (Puntos porcentuales)
	2019	2020	2021	2022	2023	2024 P/	
Total	92,1	97,1	94,6	94,7	94,8	94,9	0,1
Lima Metropolitana 1/	95,4	98,1	96,8	97,4	96,7	97,7	1,0
Resto urbano 2/	94,8	98,4	97,1	97,0	97,2	96,5	-0,7
Área rural	81,7	92,8	86,1	85,4	86,2	86,6	0,4

1/ Lima Metropolitana incluye la Provincia Constitucional del Callao

2/ No incluye Lima Metropolitana

P/ Preliminar

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

- 58,3% de hogares disponen de computadora, internet y TV por cable. 78,7% en Lima Metropolitana, 59,9% en el Resto urbano y el **21,7% del área rural**.
- 65,1% de hogares tenían acceso a la radio. Lima Metropolitana el 66,8%, **Área rural el 65,1%** (-4,7% que similar periodo del año anterior) y Resto urbano 64,2%.

⁴ https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7422971/6324782-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-los-hogares-jul-ago-set-2024.pdf?bclid=IwZXh0bGhZwocMTAAAR1EeM9gk5NmUzXTeqNSOdz5EB_I99eBm2Bn4coZSLlLbQqPPecDQRQKXl_aem_yfxa0dK6vCL6vg0mPifCWw

- 94% de hogares cuentan con televisor. Resto urbano 89% y en Área rural 50 de cada 100 hogares.
- 80,2% de la población de 6 y más años de edad usa Internet (1.1% más respecto a similar periodo 2023 y 20,0% más que el 2019). El 89,9% en Lima Metropolitana, 82,9% Resto urbano y **56.1% Área rural**.
- 60,6% de la población de 6 y más años de edad que usa Internet lo hace exclusivamente por teléfono móvil, 21,2% en el hogar y teléfono móvil, el 5,6% combina el hogar, trabajo y telefonía móvil, 2,7% accede solo en el hogar y 9,3% en dos o más lugares.
- 91,8% de la población de 6 y más años de edad, hace uso diario de Internet. 92,1% de hombres y el 91,4% de mujeres.
- 91,8% de la población de 6 y más años de edad utiliza Internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos y obtener películas o música, el 91,4% navega para comunicarse y el 82,0% para obtener información. El 91,3% de hombres y el 91,6% mujeres, lo usan para comunicarse vía correo, chat, entre otros.
- 46,3% del total de la población de 6 y más años de edad usa Internet a través de celular sin plan de datos, 44,0% con plan de datos, 17,8% a través de una laptop, 15,1% por una computadora, 2,4% una Tablet y el 13,4% otro tipo de dispositivo como un televisor Smart.
- 90,0% de la población de 6 y más años de edad que usa Internet, lo hace a través de un celular con y sin plan de datos. 92,3% en Lima Metropolitana, 89,5% del Área rural y el 88,4% del Resto urbano. El 90,2% de varones y 89,7% mujeres.

CUADRO N° 2.1

Perú: Población de 6 y más años de edad que hace uso de internet, según área de residencia

Trimestre: Julio-Agosto-Setiembre 2019 - 2024

(Porcentaje)

Área de residencia	Julio-Agosto-Setiembre						Variación 2024/2023 (Puntos porcentuales)
	2019	2020	2021	2022	2023	2024 P/	
Total	60,2	70,4	76,2	74,6	79,1	80,2	1,1
Lima Metropolitana 1/	79,6	83,7	86,9	86,8	89,4	89,9	0,5
Resto urbano 2/	63,6	74,0	80,4	79,0	82,1	82,9	0,8
Área rural	22,8	41,4	48,5	43,2	53,4	56,1	2,7 *

* Existe diferencia significativa, con un nivel de confianza del 90%

** La diferencia es altamente significativa, con un nivel de confianza del 95%

*** La diferencia es muy altamente significativa, con un nivel de confianza del 99%

1/ Lima Metropolitana incluye la Provincia Constitucional del Callao

2/ No incluye Lima Metropolitana

P/ Preliminar

Fuente: Insituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

En el sector agrario, el uso de nuevas tecnologías, integradas en uno o más sistemas, hacen posible mejorar los procesos de producción de alimentos y la cadena de valor, conseguir ser más rentables, eficientes, seguros y amigables con el medio ambiente, en la llamada *agricultura inteligente, agricultura de precisión y sistemas robóticos*. En la actualidad, en la agricultura empresarial existen impresionantes máquinas que siembran y cosechan con poca ayuda del hombre, drones que recogen información en tiempo real, que hace posible la toma de decisiones oportunas, esparcen semillas, fumigan, etc. y *blockchain* (transferencias de fondos, estadísticas e información de mercado), entre otros.

En el caso de la gestión pública agraria, en el 2024 la modernización tecnológica ha sido uno de los puntos focales del MIDAGRI para llegar de manera más eficiente a los diferentes agentes del agro. En ese tránsito, se continua implementado herramientas tecnológicas y satelitales que permiten brindar información agraria rápida y oportuna, así como contar con medios de transmisión de conocimientos para fortalecer capacidades y otros para mejorar el acceso a los diversos servicios agrarios, destacando la implementación del Padrón de Productores Agrarios, el Observatorio de los productores empadronados, la Identidad Digital del Productor Agrario e innovadores dashboard estadísticos; así como tecnologías para el almacenamiento de bibliografía agraria, capacitación y asistencia técnica, orientación a los usuarios, entre otros.

Las estrategias también se han enfocado en generar y fortalecer las relaciones colaborativas entre los niveles de gobierno, los actores estratégicos públicos, privados, la sociedad civil, el mundo científico y académico, los organismos de cooperación y de financiamiento nacional e internacional, para de manera articulada acceder a las grandes innovaciones en el campo tecnológico, enfrentar los desafíos del cambio climático y las crisis sociales, así como promover oportunidades ante las nuevas tendencias en el consumo de alimentos y las formas de entretenimiento.

La encuesta sobre el **Servicio y las demandas de Información agraria especializada** (MIDAGRI, enero 2025)⁵, pone en evidencia las preferencias y valoración de los diferentes agentes del agro, especialmente de nuestros pequeños y medianos productores de la agricultura familiar, en cuanto a los proveedores de la información, contenidos compartidos y los medios preferentes a través de los cuales se difunde la información agraria especializada, los mismos que deben tomarse en cuenta en la toma de decisiones en pro de la mejora del servicio.



A continuación, un resumen de las apreciaciones:

- 58.7% señaló que la información que necesitan para desarrollar sus actividades relacionadas al agro era la “Información técnica agropecuaria (sanidad, cultivos, cranzas, prácticas agrícolas)”, 50.6% la “Información de precios de productos”, 37% “Comercialización – mercados” y un 32.7% la información estadística, tipos de información que en su conjunto inducen a pensar que nuestros productores buscan fortalecer sus capacidades para tener mayores posibilidades de ser más competitivos, mejorar rendimientos y productividad, así como dominar data del comportamiento de los precios, volúmenes, orígenes y mercados. La disposición de querer asumir retos se refleja en un 29.9% de encuestados que prioriza “Planes de Negocios”, 28.7 tecnologías de riego y 27.9 en “Financiamiento y créditos”.
- 71.6% prioriza la información de “precios de productos agropecuarios”, el 49.87% “Precios de insumos”, 37.5% “Precios de semillas”, 28.7% “Precios de maquinarias y equipos”, 9.9 “Precios de productos forestales (maderable y no maderables) y 6.5 % “Otros precios”.
- 52.4% especificó que necesitaba prioritariamente información de “precios en chacra”, 46.1% “Precios de mercados mayoristas”, 20.3% “Precios de mercados minoristas” y 38.7% “todos”
- 76.9% requería preferentemente “Estadística Agrícola (siembra, cosecha, producción, etc.)”, 40.9% “Estadística de Insumos y servicios (precio de insumos, fertilizantes, maquinarias, jornal, etc.)”, 32.4% “Estadística Pecuaria (población, saca, producción, precio)”, 28.9% Estadística Agroindustrial (uso de materia prima, producción y venta)”, 25% “Estadística de Agricultura Familiar”, 20.9% “Estadística Comercio Interno (precios, productos, volumen, procedencia)”, 20.1% estadísticas del Padrón de Productores Agrarios. En menores porcentajes optaron por otros tipos de información estadística.
- 67.8% priorizó información técnica sobre “Plagas y enfermedades”, 58.7% “Manejo de cultivos”, 47% “Abonos y fertilizantes”, 33.8% “Técnicas modernas de riego”, 32.9% “Manejo de cranzas”, 24.4% “Semillas”, 26.5% Siembra y cosecha de agua, 15.7% “Prácticas post cosecha” y 3.8% “Otros”.
- 68.9% prefiere recibir información agraria a través del “Celular / WhatsApp / correo electrónico”, 36.8% de “eventos presenciales/ virtuales”, 27.8% “documentos impresos / virtuales”, 23.8% “redes sociales, 23% de las páginas Web institucionales del MIDAGRI y sus entidades adscritas y 18% por las webs del nivel regional. Los otrora poderosos medios de comunicación tradicional quedan bastante relegados de las preferencias (21% la radio, 14.4% la televisión y apenas 3.6% los diarios).

⁵ https://siea.midagri.gob.pe/portal/media/attachments/2025/01/14/informe_de_resultados_encuesta_sobre_servicio_iae_2025_midagri.pdf

- 46.4% señaló a las “Publicaciones del MIDAGRI/DRAs”, como la principal proveedora de información de precios de productos agropecuarios, 39.7% al “Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias – SIEA”, 36.1% “Mercados y/o intermediarios”, 15.2% al “Datero Agrario” (precios mayoristas por telefonía móvil), 8.3% al “Agrochatea” (precios mayoristas por aplicativo) 6.3% “Mi Caserita” (precios minoristas vía aplicativo) y 18% señaló “otros”.
- El 85.9% afirma tener acceso al internet.
- El 59.4% reconoce que “siempre” usa celular para buscar, recibir y compartir información, 24.7% “algunas veces por tener internet limitado”, 10.9% “algunas veces por no saber cómo usarlo”
- 64.9% usa con mayor frecuencia el WhatsApp e indistintamente “Facebook” (64.8%) para recibir información y/o capacitación y asistencia técnica y en segundo lugar el “YouTube” (32.7 %)
- 55.6% usa preferentemente el Zoom para recibir capacitación y asistencia técnica y en segundo lugar el Meet (50.9%)
- 71% reconoce como principal proveedora de información al “MIDAGRI”; así también 46.7% a la “Agencia Agraria – Dirección/Gerencia Regional de Agricultura”, 18.8% “REDIAGRO”
- 83.1% reconoce como “útil” y muy útil” la información brindada por parte del MIDAGRI y sus entidades adscritas. Igualmente, el 72.1% a la Dirección / Gerencia Regional de Agricultura y/o agencias agrarias y/o gobierno regional y 66.5% a la REDIAGRO.

Por otro lado, Global Digital Reports, sobre la situación digital en Perú 2024. (Digital 2024 Global Overview Report)⁶, también hace visible el comportamiento del uso actual de los dispositivos móviles, las redes sociales, las apps y la publicidad en los usuarios peruanos, a enero de 2024, resaltando los siguientes indicadores:

- 34,52 millones es el total de la población peruana. El 50,5 % son hombres y el 49,5% mujeres. El 79% viven en la urbe y 21% en la zona rural).
- 74,7% de peruanos son usuarios de internet (25,78 millones)
- 69,7% de personas son usuarios de redes sociales. El 93,3% de la base total de usuarios de Internet utilizó al menos una plataforma de redes sociales. El 48,4% mujeres, 51,6% hombres.
- 24,05 millones son usuarios de Facebook, 17,60 millones de YouTube, 10,00 millones de Instagram, 21,91 millones de TikTok, 9,00 millones de “miembros” de LinkedIn, 2,54 millones de X (Twitter)
- 37,90 millones de conexiones móviles celulares (-4,3% entre inicios de 2023 y inicios de 2024).

Estos datos corroboraron la imparable tendencia e influencia que vienen ganando en la sociedad actual, incluso en la rural, las nuevas tecnologías y medios de información que también se reflejan en otros estudios, a tener en cuenta a la hora de trazar la hoja de ruta y adoptar las prácticas más adecuadas para llegar de manera más eficiente y oportuna al público objetivo.

En este contexto, queda claro que el rol de la información es clave para lograr cumplir objetivos, compartir conocimientos, experiencias, datos, reflexiones, así como, orientar la planificación de siembras y cosechas y la toma de decisiones, impulsar la competitividad, la adopción de buenas prácticas y el acceso a los mercados, entre otros.

Desde la perspectiva de la información y difusión, la implementación del PLANDIA tendrá, además, un impacto directo en la concienciación de los agentes del agro, especialmente en los pequeños y medianos productores de la agricultura familiar, en medida que se priorizará la divulgación de lineamientos y estrategias para facilitar el acceso a bienes y servicios públicos que fortalezcan sus capacidades y competitividad de sus cultivos. Esta dinámica de sensibilización direccionada al mundo rural, también contribuirá a superar barreras geográficas, culturales y tecnológicas.

⁶ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-peru>



IV. Proceso metodológico

El PLANDIA 2025 es un instrumento de gestión que ha sido diseñado a partir de la identificación de la situación y realidad problemática, así como de las necesidades de información de los principales agentes del agro, especialmente de los productores agrarios; y del conocimiento de las tendencias globales en cuanto a los medios más adecuado para el acceso y uso de la información, además de una reflexión del contexto nacional y regional, con enfoque prospectivo y considerando al productor como el actor económico más importante de la actividad agraria, por lo que los principales esfuerzos e intervenciones del presente Plan buscan atender sus demandas, con un enfoque de resultados, en cuya formulación, monitoreo, seguimiento y evaluación participan de manera coordinada las entidades del MIDAGRI, los gobiernos regionales a través de las direcciones y gerencias regionales de agricultura; y los sectores afines al agro, a través de sus representantes en la Red Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada – REDIAGRO.

La formulación del documento del PLANDIA 2025 ha pasado por las siguientes etapas

4.1. Revisión de documentos

A fin de contar con un diagnóstico funcional, el proceso de diseño del PLANDIA 2025 empezó con la revisión del marco normativo y conceptual, los planes estratégicos y operativos del Sector y los planes nacionales de difusión de información agraria de los años anteriores, así como de los informes de monitoreo, seguimiento y evaluación de estos planes. En el aspecto del marco normativo, la principal fuente bibliográfica fueron los documentos referidos a la Política Nacional de Gobierno y la Política Nacional Agraria 2021 – 2030, el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050 y la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030, asimismo los informes de estudios realizados por los centros de investigación y la academia.

Paralelamente, se buscó espacios de diálogo para analizar la situación y problemática del servicio y demandas de información, en las cuales se revisó la ejecución de planes anteriores, se plantearon propuestas, analizaron estrategias; así como factores de priorización, focalización e implementación compartida, hasta llegar a consensos, acuerdos y compromisos que permitan asumir retos que conlleven a superar problemas, temas pendientes y a la prestación de un servicio de información más eficiente.

4.2. Encuesta

Para la identificación de las necesidades de información a ser atendidas, se aplicó a nivel nacional, entre el 17 de diciembre 2024 al 2 de enero 2025, un cuestionario virtual en Google Forms a 1788 agentes del agro, en su mayoría productores y líderes agrarios, servidores públicos tomadores de decisiones e involucrados en la gestión de información, capacitación y asistencia técnica y en menor proporción a otros agentes del agro (MIDAGRI, 2025)⁷.

La encuesta, tuvo como finalidad conocer las percepciones de los usuarios en relación a las ofertas de información agraria brindadas por las entidades de la gestión pública del sector del nivel central y regional, asimismo, conocer el perfil de los principales usuarios como son los productores agrarios, sus prioridades y preferencias en cuanto al tipo de información, los medios y plataformas que más utilizan para informarse e enriquecer sus conocimientos; así como sus principales demandas de información y niveles de satisfacción en cuanto al servicio recibido.

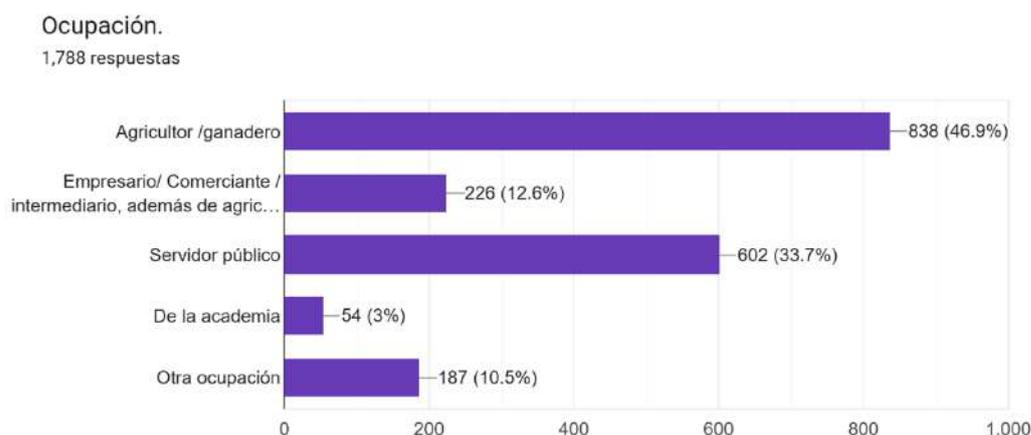
El estudio giró en torno a un cuestionario de 26 preguntas, segmentados en cinco ejes temáticos: 1) Identificación del perfil del encuestado, 2) Necesidades de Información, 3) Medios de información, 4) Comportamiento informativo y 5) Satisfacción por la información recibida (Anexo 1).

El procesamiento, consolidación y sistematización de la data recopilada estuvo a cargo de la Secretaría Técnica de la REDIAGRO y el proceso de consistencia y análisis de resultados fue revisado en un taller, asimismo fue compartido a través del correo electrónico y WhatsApp a los representantes de las

⁷https://siea.midagri.gob.pe/portal/media/attachments/2025/01/14/informe_de_resultados_encuesta_sobre_servicio_iae_2025_midagri.pdf

diferentes entidades miembros de la REDIAGRO.

El perfil de los 1788 agentes del agro encuestados muestra que provenían de todas las regiones del país. El 70.5% eran hombres, el 46.9% “Agricultor / ganadero”, 12.6% además de productores “Empresario/ Comerciante / intermediario”, 33.7% “Servidores públicos” y 3.3% de otras ocupaciones. El 72.4% oscilaba entre los 31 a 60 años de edad, el 88.4% tenía como idioma principal el “Castellano” y el 77.5% reconocía haber utilizado información agraria en los últimos 12 meses.



4.3. Desarrollo de talleres

Para las propuestas, análisis, selección y consenso de los contenidos del PLANDIA 2025 se desarrollaron dos talleres virtuales, a través de la plataforma Meet, con participación activa de los representantes de las entidades miembros de la REDIAGRO. El primer taller se realizó el 18 de diciembre del 2024, en el cual se dieron a conocer los avances de ejecución del PLANDIA 2024, a nivel de la secretaría técnica de la REDIAGRO, algunas OPAS y regiones. También se consensuaron los principales lineamientos para la formulación del PLANDIA 2025 y socializó los puntos esenciales que comprendería el documento de presente plan, analizando el papel que cumplen en la actualidad las tecnologías de información y de comunicación (TIC) en el ámbito rural; la importancia de la difusión de la información agraria para el fortalecimiento de las capacidades de los productores; las herramientas tecnológicas de información implementadas por el MIDAGRI.

El segundo taller también se llevó a cabo de manera virtual el 21 de enero 2025, donde se hizo la última revisión del documento preliminar del PLANDIA 2025, que fuera compartido previamente a través del correo electrónico, y en un ambiente de diálogo constructivo, se recogieron nuevos aportes y se consensó estrategias colaborativas de difusión, uso de recursos, medios y herramientas tecnológicas, así como se complementaron las propuestas de actividades de difusión en atención a ofertas y demandas priorizadas, a ser desarrolladas en el marco de la REDIAGRO, además del Monitoreo y evaluación de la ejecución con miras al cierre de brechas, las acciones de retroalimentación y toma de decisiones.



4.4. Validación del PLANDIAE 2024

Una vez recogidos y sistematizados todos los aportes al documento preliminar del PLANDIA 2025, tras diversas acciones de alimentación y retroalimentación, la Secretaría Técnica de REDIAGRO procedió a formular la versión final del documento, considerando el contexto global, el análisis de situación del servicio de información, la realidad problemática, los objetivos planteados, así como las líneas de acción, actividades estratégicas, metas e indicadores.

En una siguiente etapa, los tomadores de decisiones y representantes de REDIAGRO de las entidades adscritas al MIDAGRI, los gobiernos regionales y sectores afines, que participaron en el proceso de formulación, en el taller “Validación y Aprobación del Plan Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada 2025”, desarrollado el 21 de enero, fue aprobado el documento, con los últimos aportes recogidos en el evento.

4.5. Documento compartido

La versión final del PLANDIA 2025 fue compartido con la Alta Dirección, los funcionarios y representantes de las entidades miembros de la REDIAGRO, participantes en su formulación, para que procedan con su implementación, según corresponda. Asimismo, el documento fue colgado en el portal del SIEA y compartido a los diferentes agentes del agro, a través de los distintos medios de información.

A woman wearing a wide-brimmed hat and a long, patterned dress stands in a field of tall grass. She is smiling and has her right hand raised. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

V. Situación del servicio de información agraria

5.1. Problema público

El análisis realizado en el proceso de formulación del PLANDIA identifica el problema que recae sobre el servicio de la información agraria especializada de manera objetiva y rigurosa, en cuanto a la información producida y difundida, la manera como se gestiona y se brinda el servicio; así como las limitaciones de los diferentes beneficiarios, especialmente los pequeños y medianos productores, para poder acceder y hacer uso de los contenidos, canales y medios, entre otros aspectos.

El PLANDIAE 2025, busca coadyuvar esfuerzos para el cierre de brechas relacionadas al acceso y uso de la información agraria especializada como una de las estrategias para lograr la competitividad agraria, considerando esta limitación como uno de los problemas públicos del agro que enfatiza la Política Nacional Agraria, en el enunciado *“Bajo nivel de desarrollo competitivo agrario”*, que al 2030 se propone, mejorar en un 36% el incremento del nivel de integración vertical a la cadena de valor de los productores agrarios, reducir la proporción de productores del nivel de subsistencia y mejorar el manejo de los recursos naturales para la producción agraria sostenible. En esta ruta identifica como causas directas del problema: (1) *Baja integración vertical en la cadena de valor de los productores agrarios*. (2) *Alta proporción de productores agrarios familiares en el nivel de subsistencia* y (3) *Inadecuado manejo sostenible de los recursos naturales en la producción agraria*.

Considerando el principal problema público del agro identificado por la Política Nacional Agraria *“Bajo nivel de desarrollo competitivo agrario”*, y los objetivos que se plantea para lograr la seguridad alimentaria del país, tras el análisis realizado en cuanto a las limitaciones, debilidades y amenazas en relación al servicio de información agraria especializada, así como las necesidades de fortalecer los conocimientos, las innovaciones y el acceso y uso de tecnologías que optimicen la producción agrícola y el acceso a los mercados nacionales e internacionales, se determinó como principal problema relacionado al servicio de información:

“Limitado acceso y uso de la información agraria especializada”

En la actualidad, las instituciones públicas y privadas priorizan la difusión en páginas web y redes sociales, partiendo de la presunción que a través de estos medios llegan a mayor número de personas, lo cual es una media realidad, por cuanto un número indeterminado de nuestro principal público objetivo, como son los productores agrarios, mantienen grandes limitaciones para poder acceder a la mayoría de las modernas tecnologías digitales que requieren de servicio de internet, situación que marca la necesidad de mantener algunas estrategias informativas convencionales o implementar otras más adecuadas al productor, especialmente en zonas apartadas.

Para llegar a esta conclusión, se reflexionó acerca de los grandes avances que ha alcanzado el MIDAGRI en la implementación de una buena gama de potentes herramientas tecnológicas y satelitales que ponen a la información estadística al alcance de la mano de los diferentes agentes del agro, en tiempo real, sin barreras geográficas y totalmente gratuitas, cuyo aprovechamiento, sin embargo, aún es bastante limitado ante la falta de una masiva alfabetización digital, especialmente de parte de quienes deben ser los principales beneficiarios, como son los pequeños y medianos productores de la agricultura familiar.

Delimitación del problema



5.2. Causas del Problema público

El PLANDIA 2025 plantea como principales causas directas del problema principal “Limitado acceso y uso de la información agraria especializada” que afectan principalmente a los pequeños y medianos productores de agricultura familiar, los siguientes:

- CD1 Limitada oferta de información agraria especializada.
- CD2 Débil valorización de la información agraria.
- CD3: Limitado acceso y uso de las TIC
- CD4: Insuficientes gestores de la información agraria especializada.

A partir del problema, las causas directas y los efectos identificados, el presente plan se plantea como objetivo fundamental el desarrollo de estrategias comunicacionales y divulgativas una serie de acciones que conlleven a “mejorar el acceso y uso de la información agraria especializada” que contribuirá a enfrentar al problema público identificado en la Política Nacional Agraria “Bajo nivel de desarrollo competitivo agrario” y la ruta prevista en el árbol de objetivos.

5.3. Evidencias del problema

Los problemas inherentes al servicio de información, se evidenciaron en las reuniones técnicas con los generadores y difusores de información, así como en los resultados de la encuesta “Servicio y demandas de Información agraria especializada” (MIDAGRI, enero 2025)⁸.

Evidencias del problema

- ✓ Diálogo con actores claves.
- ✓ Encuestas de satisfacción de servicio de información brindado.
- ✓ Encuesta “Servicio y demandas de Información agraria especializada”, vía online a 1788 agentes del agro, a nivel nacional, entre el 17 de diciembre 2024 al 2 de enero 2025*

- 20% “no utilizó” información agraria en los últimos 12 meses
- 36.1% su principal fuente de información de precios son los “Mercados y/o intermediarios”
- Complejo mapa de temáticas y atención dispersa del Sector
- Débil equidad entre los avances tecnológicos para la difusión estadística y de precios frente a la información técnica.
- 14% no tiene Internet, 24.7% lo usa solo “algunas veces por tener Internet limitado”, 10.9% solo “algunas veces por no saber cómo usarlo” y 5% “nunca”.

CD1 Limitada oferta de IAE.
CD2 Débil valorización de la IA.
CD3: Limitado acceso y uso de las TIC
CD4: Insuficientes gestores de la IAE.



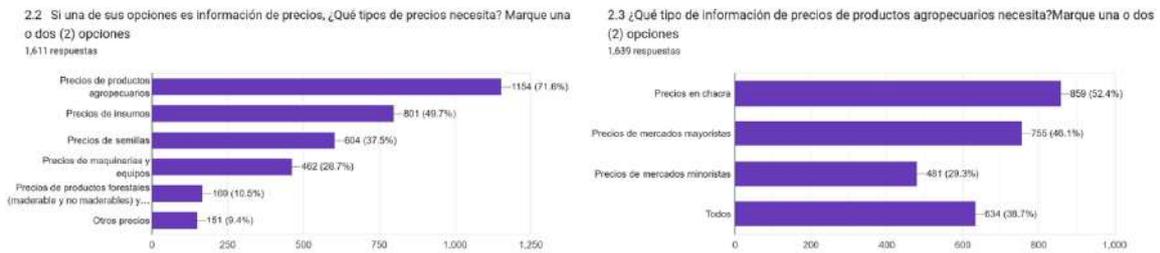
Enlace a encuesta: https://siea.midagri.gob.pe/portal/media/attachments/2025/01/14/informe_de_resultados_encuesta_sobre_servicio_iae_2025_midagri.pdf

Uno de los primeros problemas evidenciados, en el sondeo es el preocupante 20% que reconoce que “no utilizó” información agraria en los últimos 12 meses y un 36.1% que señaló como su principal fuente proveedora de información de precios a los “Mercados y/o intermediarios”, indicadores asociados a la principal causa directa del problema público **Limitada oferta de información agraria especializada**, pues si bien es evidente que existe una gran oferta de información estadística y de precios, de acuerdo a la encuesta referida, también existe una gran demanda insatisfecha, por el gigantesco mapa de temáticas que debe atender el Sector de acuerdo a sus competencias.

Tomando como ejemplo a la información de precios, una de las informaciones más demandadas, la complejidad para su atención está en variabilidad al tipo de precios que necesita el usuario: ¿Precios de productos agropecuarios o precios de insumos o precios de semillas o precios de maquinarias y equipos o precios de productos forestales u otros precios?, información que se encuentra dispersa por ser de responsabilidad funcional de diferentes entidades del MIDAGRI; por lo que poder atenderla eficientemente es más complicada. Siguiendo el ejemplo, si optan por *Precios de productos agropecuarios*, el abanico se expande más: ¿precios en chacra? ¿precios de mercados mayoristas?

⁸ https://siea.midagri.gob.pe/portal/media/attachments/2025/01/14/informe_de_resultados_encuesta_sobre_servicio_iae_2025_midagri.pdf

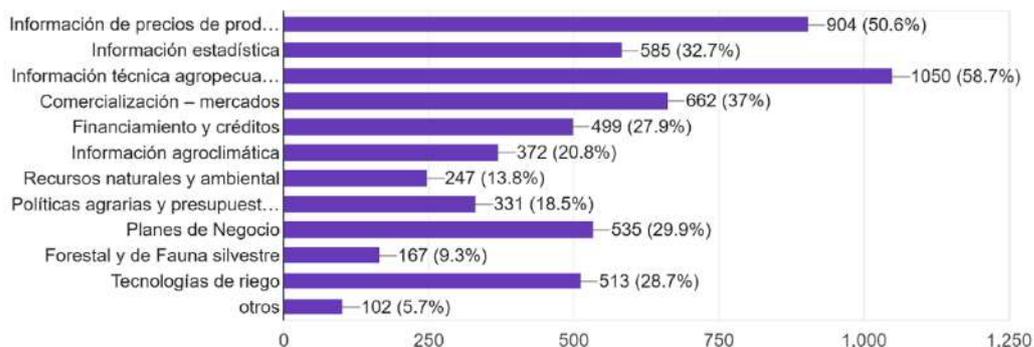
¿precios de mercados minoristas?, data que depende del trabajo articulado del nivel regional que recoge la data de primera mano en campo y del Sector que es quien recopila, sistematiza, analiza y la pone en vitrina a través de *dashboard* y herramientas como el “Datero Agrario”, “Agrochatea” y “Mi caserita”.



A estos limitantes, se suma la débil equidad entre los avances tecnológicos que se observan para la difusión de la información estadística y de precios en proporción con la oferta de contenidos y plataformas tecnológicas para difundir la información técnica especializada que conduce al fortalecimiento de capacidades, conocimientos y adopción de buenas prácticas que aseguran la mejora de la competitividad productiva, aun cuando el 58.7% de los agentes del agro lo priorizó como la información que necesitan para desarrollar sus actividades agropecuarias. A ello se suma que existen insuficientes bibliotecas y/o repositorios en las entidades del Sector y los que hay han ido dejando la atención presencial, disponen de locales inadecuados o su bibliografía es escasa y/o desactualizada.

2.1 Para desarrollar sus actividad relacionadas al agro ¿Principalmente qué tipo de información necesita? Marque hasta tres (3) opciones

1,788 respuestas

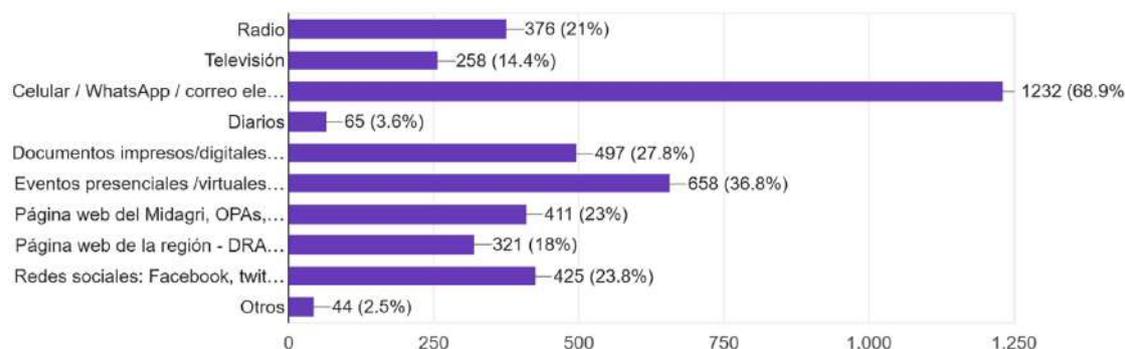


Otra explicación de la causa del problema estaría en los medios utilizados para transmitir, considerando que el 68.9% dijo preferir recibir información a través del “Celular / WhatsApp / correo electrónico”, el 36.8% a través de “eventos presenciales/ virtuales”, 27.8% “documentos impresos / virtuales”, 23.8% las “redes sociales y sólo un 23% a través de las páginas Web institucionales del MIDAGRI y sus entidades adscritas y 18% por las webs del nivel regional, plataformas virtuales que son las más utilizadas por la administración pública agraria para ofrecer contenidos.

Esta selección de opciones se explicaría en las preferencias por medios que permiten interactuar en tiempo real (eventos presenciales o virtuales), están más al alcance de la mano y aseguran posibilidades de enviar o recibir mensajes, vídeos, imágenes e incluso documentos, ventajas que dan los dispositivos móviles como el WhatsApp, las redes sociales y los correos electrónicos.

3.1 ¿Qué medios prefiere para recibir información?

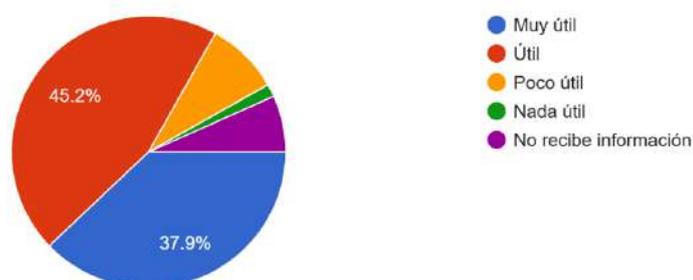
1,788 respuestas



Respecto a la segunda causa directa **Débil valorización de la información agraria**, si bien el 71% reconoce al “Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego” como principal proveedora de información agraria y el 83.1% califica como “útil” o “muy útil” la información que brinda y sólo un 8.7% de agentes del agro la considera poco útil, la débil valoración estaría en la búsqueda de la información, por parte de los pequeños y medianos productores, que son el principal público objetivo. La evidencia sería, salvo excepciones, en la escasa concurrencia que se observa en los eventos convocados por el Sector, las visitas a los repositorios/bibliotecas y en la misma generación y disponibilidad de nuevas ofertas bibliográficas, en cuanto a libros, manuales, guías, fichas técnicas, hojas divulgativas y otros documentos especializados que comparten conocimientos en torno a los diversos campos de la actividad agraria. En los diálogos con los especialistas, refieren que, si bien pareciera que se mantiene el ritmo de la oferta bibliográfica, en los años 2019 al 2024, en líneas generales anualmente disminuye la producción de información técnica dirigida a los productores y la poca que se genera, por tema de recursos queda limitada a los espacios virtuales y/o formatos poco amigables para la comprensión de los pequeños productores.

5.1 Si recibió información agraria en los últimos 12 meses del MIDAGRI y/o alguna de sus entidades (Senasa, INIA, SERFOR, ANA, Agromercado... la información para sus actividades agrícolas)

1,788 respuestas

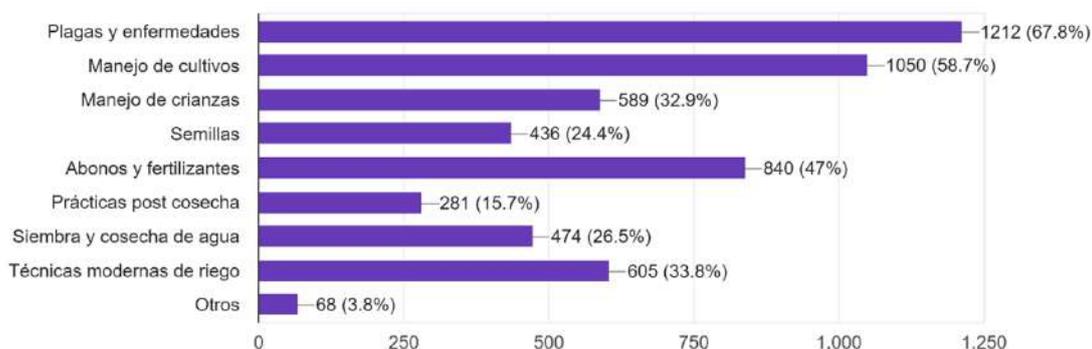


En las demandas plasmadas para ser atendidas en el 2025 ocupan los primeros lugares los temas relacionados a la sanidad animal y vegetal, manejo de cultivos y crianzas, abonos y fertilizantes, técnicas modernas de riego, siembra y cosecha de agua, prácticas post cosechas, etc., temas sobre los cuales no existe mucha nueva bibliografía en los repositorios institucionales, tal vez, debido a la poca motivación para la generación de conocimientos.

2.5 En caso de información técnica agropecuaria ¿Qué tipo de información técnica necesita?

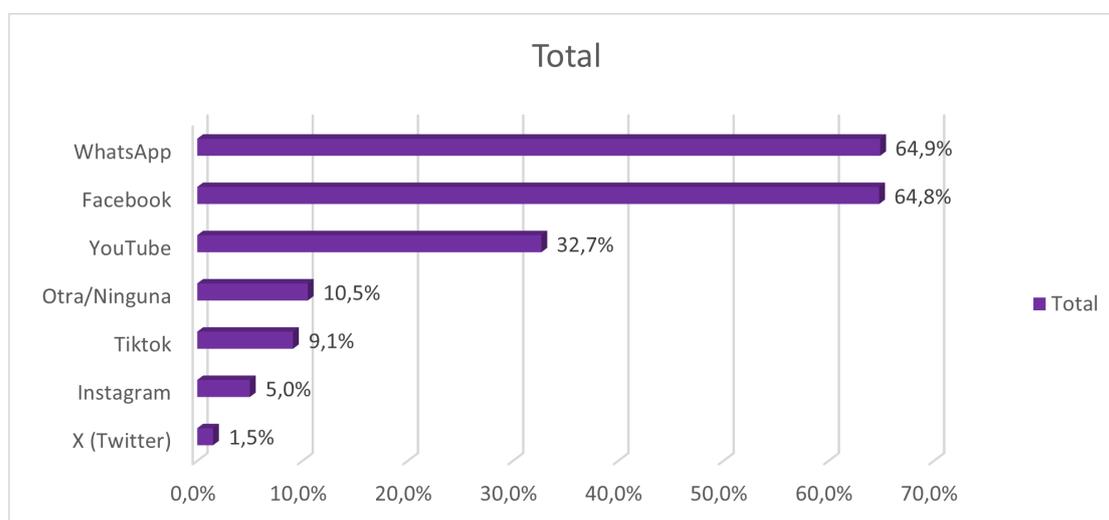
Marque hasta tres (3) opciones

1,788 respuestas



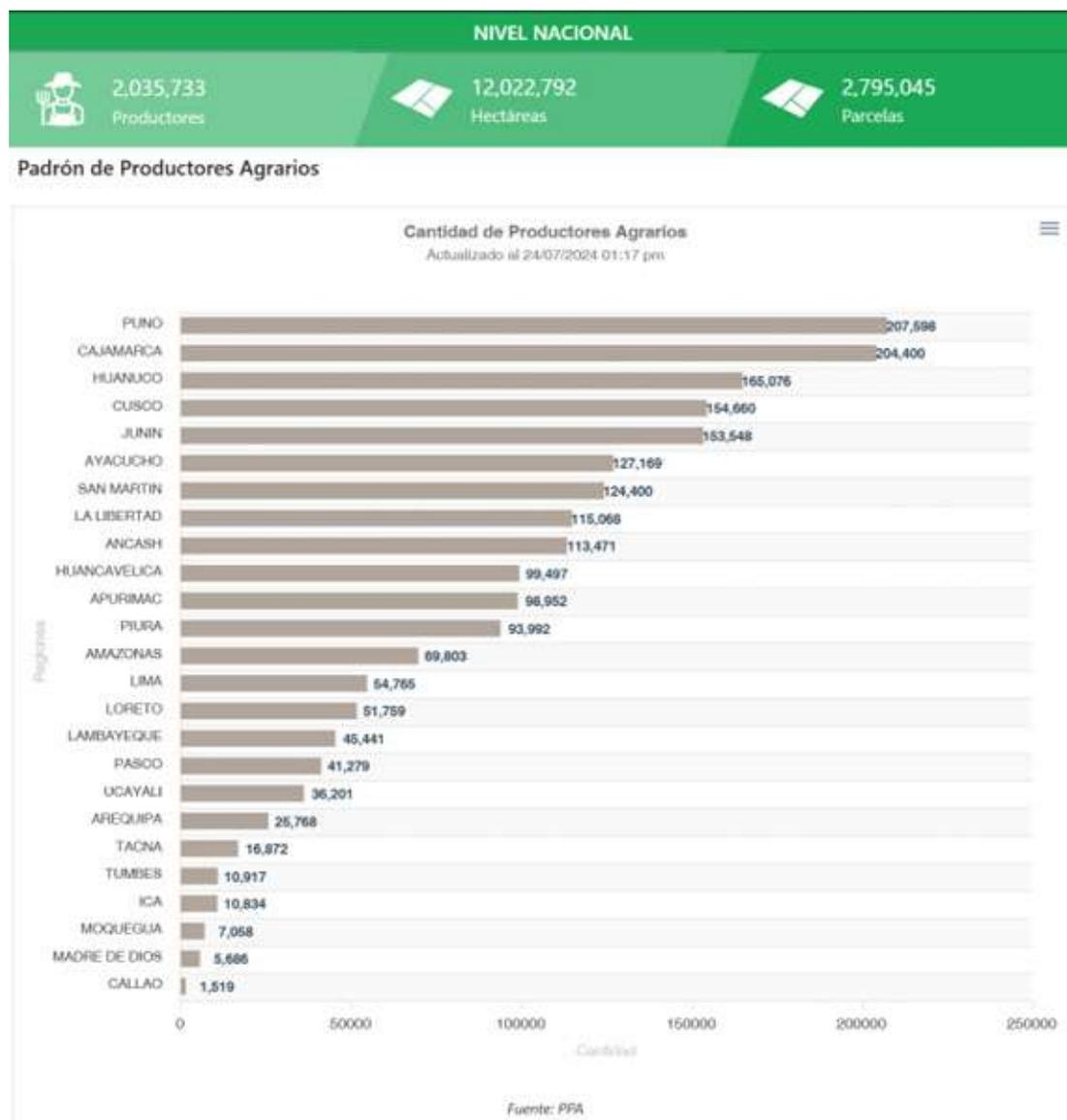
Urgen medidas para superar la brecha que limita el fortalecimiento de conocimientos e innovaciones que optimicen la producción agrícola, mejoren la eficiencia en el uso de agua para riego y de los suelos; así como para conocer y disminuir riesgos en relación a los efectos del cambio climático sobre los cultivos, mejorar las prácticas agrícolas y de conservación de recursos naturales, forestal y fauna, asimismo, compartir información que contribuya a destacar las bondades de productos agrícolas nacionales, con el fin de influir en el comportamiento del consumo preferente de alimentos sanos, saludables y de calidad, que es la tendencia mundial actual, como frutas, hortalizas y granos.

En cuanto a la tercera causa directa **Limitado acceso y uso de las TIC**, del total de 1,788 encuestados, si bien el 85.9% reconoce que tiene acceso al internet, la realidad nacional es que existen fuertes problemas de conectividad, en especial en las zonas rurales de sierra y selva, y ello se evidencia fuertemente en los eventos y reuniones virtuales, donde las personas conectadas, muchas veces están entrando y saliendo por fallas en el sistema, sumado al 14.1% que no cuenta con Internet y a la mayoría que si bien tienen Internet, sus planes son de uso limitado. Situación problemática que también repercute en el uso de los medios preferidos para recibir información agraria, como el WhatsApp, Facebook y YouTube, plataformas cuya funcionalidad depende del acceso al Internet. Esto esta corroborado, por ejemplo, en WhatsApp, el 24.7% afirmó que sólo usa el celular “*algunas veces por tener Internet limitado*”, el 10.9% que lo usa “*algunas veces por no saber cómo usarlo*” y un 5% que “*nunca*” lo usa.



Lo positivo, es que el MIDAGRI, a través de la Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas, a partir de la crisis sanitaria y aislamiento social (2019) aprovechó la oportunidad para fortalecer las TIC que comprenden el Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias, modernizando la generación y presentación de las estadísticas agropecuarias a través de herramientas tecnológicas (*dashboard* temáticos), aplicativos, herramientas de precios y sistemas satelitales, a través de los cuales presentan indicadores que posibilitan acceder y analizar estadísticas relevantes sobre indicadores de producción, costos de producción, perfiles de producción, precios, comercio, así como visualizar y analizar información satelital del Perú, de forma georreferenciada y por rangos de fechas, los mismos que buscan facilitar la atención de demandas de manera más oportuna. También implementó el Padrón de Productores Agrarios, que a enero 2025 tiene identificados y registrados a 2,035,733 productores agrarios y se encuentra en plena tarea de darles Identidad Digital a fin que puedan acceder con mayor facilidad a los bienes y servicios brindados por la gestión pública, como son el acceso a financiamiento, semillas, abonos, alertas sobre fenómenos adversos, georreferenciación de predios agrícolas, entre otros.

Aquí la limitante de esta oferta informativa, es el número de agentes del agro que conocen y hacen uso de las nuevas herramientas tecnológicas para acceder a la información. La explicación estaría en la poca difusión que reciben en los espacios oficiales, debido a la gran competencia con la información de coyuntura.



Respecto a la cuarta causa del problema público “Limitado acceso y uso de la información agraria especializada”, **insuficientes gestores de la información agraria especializada**, es un problema que se hace más evidente en los niveles regionales, donde se da una situación de personal jubilado que no viene siendo reemplazo en las áreas donde se gestiona la información, asimismo en el mínimo personal que disponen las direcciones / gerencias regionales de agricultura y las agencias agrarias, sumado a la alta rotación de los tomadores de decisiones.

También se suma a la falta de gestores, la necesidad de fortalecer las capacidades del recurso humano disponible, teniendo en cuenta la acelerada velocidad de las innovaciones tecnológicas y las pocas posibilidades que se dan para actualizar conocimientos en el manejo de las TIC. Problema que agrava el déficit de atención a los usuarios.

Avanzar en este sentido, pasa por la implementación de estrategias de alfabetización digital, a nivel de gestores y usuarios, empezando por enseñar la funcionalidad y operatividad de las herramientas tecnológicas disponibles, a la par de acciones de promoción y difusión para su posicionamiento y sostenibilidad, priorizando por la coyuntura la Identidad Digital del Productor Agrario, que permitirá en primer lugar la georreferenciación de los predios libres de deforestación de la Amazonía en cumplimiento de uno de los requisitos de la Unión Europea para el ingreso de los productos peruanos a su mercado, a partir del 2026.

Otro detalle es la necesidad de la modernización tecnológica de los niveles regionales, donde anuncia intervenir el MIDAGRI, en las agencias agrarias, con equipamiento de personal y equipos.



VI. Ejes estratégicos del PLANDIA 2025 alineados

Para hacer frente al problema principal “Limitado acceso y uso de la información agraria especializada” y a sus causas directas:

CD1 Limitada oferta de información agraria especializada.

CD2 Débil valorización de la información agraria.

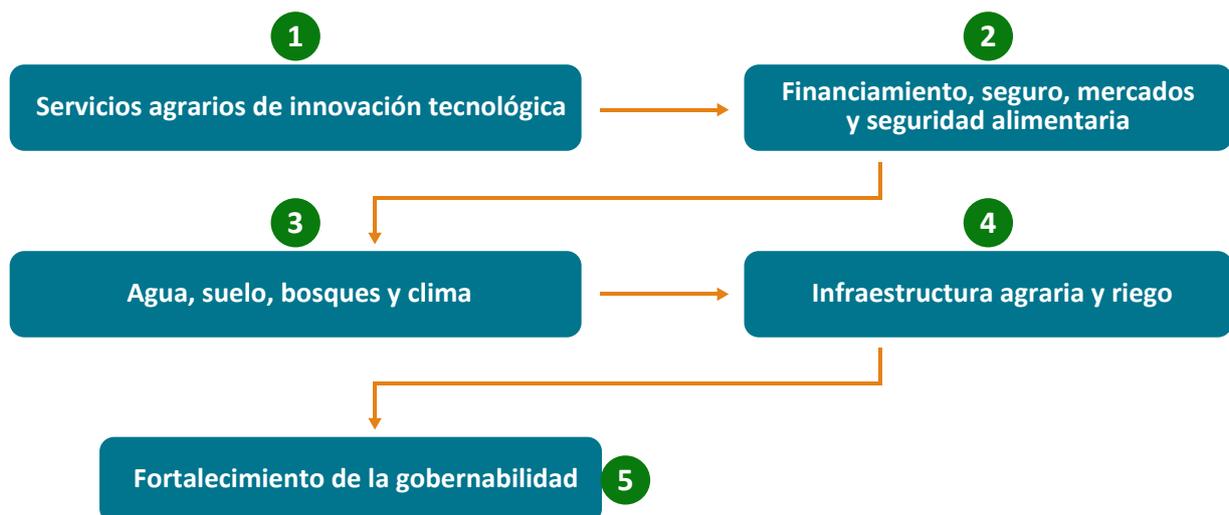
CD3: Limitado acceso y uso de las TIC

CD4: Limitados e insuficientes gestores de la información agraria especializada.

El PLANDIAE 2025 proyecta intervenir desde cinco ejes estratégicos, los mismos que se encuentran alineados a la Política General de Gobierno 2021- 2026, la Política Nacional Agraria 2021-2030 y planes sectoriales vigentes; así como a las competencias y funciones de los entes que lo integran:

1. Servicios agrarios e Innovación tecnológica
2. Financiamiento, seguro, mercados y seguridad alimentaria
3. Agua, suelo, bosques y clima
4. Infraestructura agraria y riego
5. Fortalecimiento de la gobernabilidad

Ejes estratégicos del PLANDIAE 2025 alineados a PNA



Alineamiento del PLANDIA 2025, a la Política General de Gobierno, Política Nacional Agraria y el Plan Operativo Institucional Multianual 2024 – 2026

POLITICA GENERAL DE GOBIERNO 2021-2026	POLITICA NACIONAL AGRARIA 2021-2030	POI Multianual 2024 – 2026
Ejes de la Política	Objetivo prioritario	Objetivos Estratégicos
Eje estratégico PLANDIA 2025: Servicios agrarios e Innovación tecnológica		
E1: Generación de bienestar y protección social con seguridad alimentaria.	OP1. Incrementar el nivel de integración vertical de los productores agrarios en la cadena de valor	OEl.01 Mejorar las capacidades productivas y comerciales de los productores agrarios.
E3: Impulso de la ciencia y tecnología e innovación.		OEl.05 Promover la formalización de la propiedad agraria en los gobiernos regionales.
Eje estratégico PLANDIA 2025: Financiamiento, seguro, mercados y seguridad alimentaria		
E2: Reactivación económica y de actividades productivas con desarrollo agrario y rural	OP1. Incrementar el nivel de integración vertical de los productores agrarios en la cadena de valor	OEl.01 Mejorar las capacidades productivas y comerciales de los productores agrarios.
	OP2: Reducir la proporción de los productores agrarios familiares en el nivel de subsistencia.	OEl.01 Mejorar las capacidades productivas y comerciales de los productores agrarios.
Eje estratégico PLANDIA 2025: Agua, suelo, bosques y clima		
	OP3. Mejorar el manejo de los recursos naturales para la producción agraria sostenible.	OEl.02 Mejorar el manejo sostenible de los recursos naturales agrarios con los productores agrarios.
		OEl.04 Reducir vulnerabilidad ante fenómenos naturales y de cambio climático en zonas agrarias.
Eje estratégico PLANDIA 2025: Infraestructura agraria y riego		
E2: Reactivación económica y de actividades productivas con desarrollo agrario y rural		OEl.03 Mejorar el uso del recurso hídrico para fines agrarios por los productores agrarios.
Eje estratégico PLANDIA 2025: Fortalecimiento de la gobernabilidad		
E5: Descentralización, fortalecimiento instit. y del servicio civil.		OEl.06 Fortalecer la gestión institucional



VII. Direccionamiento estratégico

7.1. Visión MIDAGRI

“Al 2030, Perú tiene un agro próspero, competitivo e insertado al mercado nacional e internacional, a través de la productividad y calidad de sus productos agroalimentarios”.

7.2. Visión REDIAGRO

Los agentes del agro, principalmente los pequeños y medianos productores agrarios, acceden y usan permanentemente información agraria especializada oportuna y de calidad, a través de tecnologías y medios de comunicación adecuados, contribuyendo al desarrollo de una agricultura competitiva y sostenible”

7.3. Misión MIDAGRI

“Conducir, fomentar y promover el desarrollo competitivo, sostenible y descentralizado del sector agrario, articulándolo al mercado nacional e internacional, contribuyendo al crecimiento económico, seguridad alimentaria y reducción de la pobreza rural del país, aprovechando de manera sustentable los recursos naturales y asegurando la **entrega de bienes y servicios agrarios de calidad.**”

7.4. Misión REDIAGRO

“Conducir y promover la difusión de información agraria especializada de forma organizada, accesible, oportuna y articulada en los tres niveles de gobierno, contribuyendo al fortaleciendo las capacidades, toma de decisiones, adopción de buenas prácticas y acceso al mercado, principalmente a los pequeños y medianos productores, a través de mecanismos adecuados”.

A photograph showing two individuals wading through a shallow river. The person on the left is wearing a dark shirt and pants, while the person on the right is wearing a light-colored shirt and dark pants. They are surrounded by dense tropical vegetation, including palm trees and various shrubs. The water is calm and reflects the surrounding greenery. The entire image has a blue color cast.

VIII. Objetivos estratégicos

8.1. Objetivo general

Adecuado acceso y uso de la información agraria especializada por los usuarios, principalmente los pequeños y medianos productores agrarios.

8.2. Objetivos estratégicos

- **OE1:** Promover la generación y difusión de conocimientos e información agraria especializada para orientar el acceso y uso a los servicios públicos agrarios, fortalecer la competitividad agraria, adopción de buenas prácticas y toma de decisiones, especialmente a productores de agricultura familiar.
- **OE2:** Promover y atender las demandas de información sobre financiamiento, seguro agrario e inteligencia comercial para facilitar el acceso de los productores agrarios a los mercados y contribuir con la seguridad alimentaria del país.
- **OE3:** Promover la generación y difusión información sobre recursos naturales para contribuir a la sostenibilidad de la producción agraria y el cuidado al medioambiente.
- **OE4:** Promover la difusión de información adecuada a los agentes económicos del agro para contribuir a la modernización, mantenimiento y sostenibilidad de la infraestructura agraria y tecnologías de riego.
- **OE5:** Contribuir a fortalecer la institucionalidad y articulación del Sector con los niveles regionales y locales con competencias en materia agraria.



XI. Finalidad

El PLANDIA 2025 tiene por finalidad establecer los lineamientos y estrategias de gestión y articulación de la difusión de la información agraria especializada, dirigida especialmente a los productores agrarios de agricultura familiar, a fin de contribuir a la toma de decisiones, fortalecer sus capacidades, la adopción de buenas prácticas, el acceso a mercados y mejora de la competitividad agraria, como apoyo al cumplimiento de los objetivos institucionales de las entidades del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, sus Opas, programas y proyectos, así como de los gobiernos regionales y sectores afines que conforman la REDIAGRO.



X. Alcance del PLANDIA y beneficios esperados

El alcance del PLANDIA 2025, comprende a todas las entidades del sector público agrario de los tres niveles de gobierno: nacional, regional y local, en lo relacionado al servicio de información agraria especializada.

En su implementación, según sus competencias y funciones, participan las direcciones generales, oficinas generales, organismos públicos adscritos, programas, unidades ejecutoras y proyectos especiales del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, asimismo, las direcciones y gerencias regionales de agricultura, programas regionales y agencias agrarias, así como las entidades afines al agro, miembros de la REDIAGRO.

El impacto esperado con la implementación del PLANDIA es contribuir a:

- a. Adopción de buenas prácticas en labores agrícolas, pecuarias, forestales, ambientales y manejo de recursos naturales.
- b. Acceso y uso generalizado de las herramientas tecnológicas implementadas por el Sector, especialmente por parte de los productores agrarios.
- c. Acceso de productos agrarios a mercados nacionales e internacionales, en mejores condiciones de calidad, precio y volúmenes.
- d. Adopción de la planificación agrícola sostenible y mejora en la toma de decisiones.
- e. Acceso a los servicios públicos que brinda el sector agrario, de manera fácil y oportuna.

A woman wearing a wide-brimmed hat and a shawl stands in a cornfield, looking at her smartphone. In the background, there is a traditional stone building and a large tree. The entire image has a blue color cast.

XI. Estrategias para la implementación del PLANDIA

Las estrategias de difusión de la información agraria se basan en un conjunto de acciones planificadas, consensuadas y fundamentadas en el análisis del entorno global y nacional que inciden en el quehacer agrario; asimismo en las características de los agentes del agro y los objetivos institucionales con el propósito de compartir información y conocimientos, así como motivar la adopción de buenas prácticas agrarias, la competitividad productiva y la mejora de la prestación del servicio, con la intervención articulada de los gestores y el uso adecuado de diversos medios, plataformas y herramientas de información.

Estrategias para implementación del PLANDIA



11.1. Público objetivo

El PLANDIA prevé la atención de los siguientes agentes del agro:

Público Prioritario

- Productores agrarios, especialmente pequeños y medianos de agricultura familiar.
- Organizaciones agrarias, juntas de usuarios de agua, comisiones de regantes y otros.
- Servidores públicos de las entidades agrarias de los tres niveles de gobierno y de sectores afines.
- Especialistas, investigadores y profesionales de la academia, involucrados en la actividad agraria.
- Estudiantes de educación superior de carreras afines al agro.

Público Complementario:

- Gremios, empresarios, comerciantes, intermediarios y distribuidores.
- Proveedores de bienes y servicios a la actividad agraria y afines.
- Organismos de cooperación (nacional e internacional).
- Colegios de profesionales y mesas de concertación.
- Medios de comunicación masivos.
- Público interesado.

11.2. Oferta y demanda de IAE

El PLANDIA 2025, atenderá de manera preferente las ofertas y demandas, identificadas, seleccionadas y priorizadas en la encuesta “*Servicio y demandas de Información agraria especializada*” (MIDAGRI, enero 2025)⁹. aplicada vía online a 1788 agentes del agro, a nivel nacional, anteponiendo las necesidades de los pequeños y medianos productores agrarios de agricultura familiar, así como, de los aliados estratégicos que contribuyen a llegar a los lugares más apartados del país, como los servidores públicos involucrados en la gestión de la información agraria de los gobiernos regionales, las organizaciones agrarias, los Tambos del Programa Nacional País y los estudiantes de carreras afines al agro, éstos últimos, considerando que muchas veces tras un estudiante hay un padre agricultor que necesita asistencia.

A fin de garantizar una permanente atención de necesidades de información no prevista que también deben ser priorizadas, la Secretaría Técnica de la REDIAGRO realizará sondeos y/o encuestas periódicas, entre las entidades proveedoras de la información agraria y los usuarios. Además, tomarán en cuenta las necesidades que vayan visualizándose en determinadas coyunturas de la actividad agropecuaria.

11.3. Organización de campañas informativas

El PLANDIA 2025 prevé, entre sus estrategias, desarrollar campañas informativas que por un lado comprendan el desarrollo de una serie de actividades que generen corrientes de motivación para involucrar a varias entidades aliadas en la ejecución de las actividades programadas en el plan y llegar de manera más eficiente al público priorizado, y por otro, para impulsar la generación de nuevos y mayores conocimientos, plasmados en documentos amigables de orientación de las labores agrícolas y sanidad agraria, tales como manuales, libros, fichas técnicas, guías de orientación, hojas divulgativas; asimismo, estudios y reportes económicos y de mercados. También, la coorganización de eventos, como conferencias, talleres, charlas, seminarios y reuniones técnicas; asimismo, la generación y difusión de notas informativas; entrevistas a especialistas; materiales promocionales, activaciones, concursos, etc.

Las campañas informativas, igualmente consideran integrar y/o complementar actividades afines, haciendo uso de los diferentes medios de comunicación que disponen las entidades miembros de la REDIAGRO, con el propósito de sensibilizar rápidamente a un vasto público. En este derrotero se han programado campañas como “Siembra tu árbol favorito. Deja tu huella verde”, “Padrón de Productores Agrarios”, “Identidad digital del productor agrario” y “Campaña Intenciones y avances de siembras”, que buscan sensibilizar sobre la importancia de los árboles, el conocimiento agrario, el fácil acceso a los bienes y servicios y el buen uso del recurso hídrico, entre otros, para una vida saludable, en armonía con la naturaleza.

Los medios a ser utilizados en el desarrollo de las campañas informativas y de difusión, comprenderá las redes sociales, las páginas webs, correos electrónicos, WhatsApp y medios de comunicación masiva (escrita, radial, TV), entre otros.

⁹ https://siea.midagri.gob.pe/portal/media/attachments/2025/01/14/informe_de_resultados_encuesta_sobre_servicio_iae_2025_midagri.pdf

11.4. Articulación

La implementación del PLANDIA 2025 implicará la ejecución de las actividades programadas, así como cumplir con los objetivos utilizando con eficiencia los recursos públicos en la entrega del bien o servicio al ciudadano, considerando que el Perú es un país descentralizado, con tres niveles de gobierno con funciones exclusivas y de responsabilidad compartida, lo cual demanda muchas veces proveer los bienes y servicios con la intervención sumaria de distintas entidades o de niveles de gobierno.

A este aspecto, se suma la diversidad cultural de la población y su accidentada geografía, que hace por ejemplo que la entrega de un mismo servicio de información demande de la aplicación de diferentes estrategias, esfuerzos y recursos, sea en zonas urbanas o zonas andinas o en la Amazonía. Es probable que los costos, dificultades y características del servicio difieran en cada zona, como diferirán las personas que lo reciban, de ahí la importancia de considerar una estrategia articuladora que promueva la intervención de los diversos actores claves de los niveles regionales y locales, por tener ellos un conocimiento más cercano a la realidad.

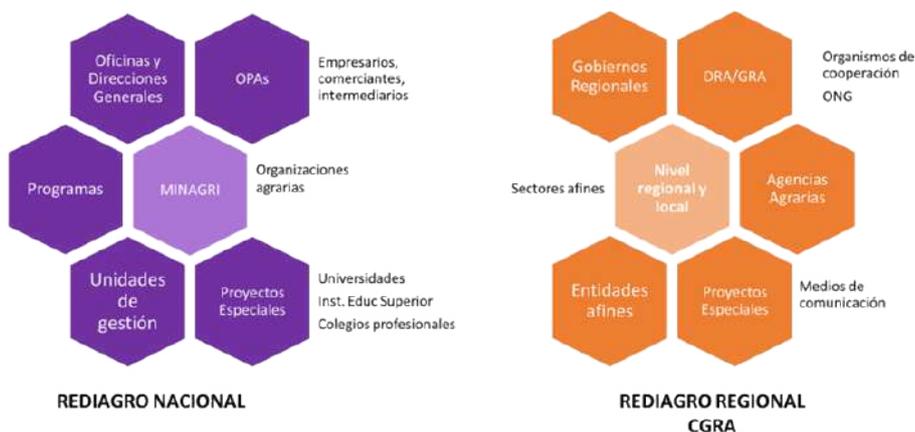
La Dirección General de Estadística, Seguimiento y Evaluación de Políticas, a través de la Dirección de Estadística e Información Agraria - DEIA, es el organismo responsable de liderar la coordinación, articulación e implementación de las actividades programadas en el PLANDIA 2025, las mismas que a fin de asegurar su éxito, se ejecutarán sumando esfuerzos entre las entidades miembros de la REDIAGRO.

Cuando las actividades sean lideradas por determinada entidad, las demás entidades miembros de la REDIAGRO participarán, a solicitud o coordinación de la Secretaría Técnica de la REDIAGRO.

Para efectos de una implementación eficiente del PNDIAE 2025, se desplegarán estrategias comunicacionales, principalmente para llegar a los pequeños productores agrarios del Perú profundo, lo cual implica considerar la continuidad de algunas alternativas usadas tradicionalmente, tales como los eventos presenciales, los materiales impresos, los mensajes auditivos, entre otros; así como el efecto multiplicar a través del desarrollo de réplicas de los eventos considerados estratégicos, que demandan un enfoque territorial.

También resultará muy estratégico la intervención del colectivo REDIAGRO como instancia articuladora para hacer sinergias y lograr la suma de esfuerzos tanto a nivel nacional como en cada una de las regiones. La “difusión de información en cascada” entre gestores de la información y aliados estratégicos para generar un efecto “telaraña informativa expansiva” continuará siendo la estrategia comunicacional más efectiva para llevar información al mayor número de público objetivo posible.

Articulación estratégica con actores claves



A continuación, los principales pasos articuladores para la coorganización de eventos:

- Coordinar con las entidades del MIDAGRI involucradas en determinada actividad, a fin de asegurar la participación de los expositores e invitados. Formalizar convocatoria y materiales promocionales y de información a compartir con los participantes y para la difusión.
- En eventos que involucren la participación de usuarios de las regiones, establecer contacto con el director/gerente regional de agricultura para formalizar alianza como coorganizadores, así como con el coordinador sectorial y los jefes de las entidades que conforman el Comité de Gestión Regional Agrario–CGRA, con la finalidad de obtener su apoyo en las convocatorias y la logística necesaria, según región que corresponda.
- Proponer y consensuar con los coorganizadores regionales el programa a desarrollar.
- La DRA o GRA será responsable de la convocatoria de los invitados a los eventos. De ser éstos presenciales facilitará la sede del evento y brindará apoyo logístico, servicios de internet, retroproyector, laptop, entre otros.
- Los materiales informativos y promocionales para difundirse serán compartidos con las entidades miembros de la REDIAGRO y las DRA/GRA, Juntas de Usuarios y Comisiones de Usuarios, organizaciones agrarias, entre otros aliados estratégicos, según sea el caso, solicitándoles su apoyo en la difusión a través de los medios informativos y tecnológicos que dispongan, para lo cual se sostendrá acciones de acercamiento.
- Las organizaciones agrarias, Juntas de Usuarios, municipalidades e instituciones académicas con carreras relacionadas a la actividad agropecuaria también serán invitadas a participar como coorganizadoras de los eventos informativos programados, según ámbitos regionales, solicitando su apoyo en la convocatoria a productores.

11.5. Mensajes claves

Las actividades previstas en el PLANDIA 2025 se desarrollarán en torno a mensajes claros que abordan el problema, la solución propuesta y las medidas que pueden adoptar los usuarios; asimismo, a fin de captar la inmediata atención de los destinatarios, serán breves, directos, fáciles de comprender y recordar, y no deben requerir de ninguna otra explicación.

Se preverán las reacciones de quienes reciben el servicio. En primera instancia para que accedan y hagan uso de la información que reciben y, en un plano mayor, para que se empoderen y pongan en práctica aquello que les posibilite tomar mejores decisiones, adoptar buenas prácticas, ser más competitivos, acceder en mejores condiciones a los mercados y mejorar su calidad de vida, entre otros.

En el caso de las acciones previstas en este Plan, especialmente en lo referente a las campañas informativas, cada una de las campañas recurrirá a mensajes motivadores específicos, según los objetivos que se buscan y las características de los grupos de interés.

11.6. Medios y plataformas de difusión

Para la implementación del PLANDIA 2025, se hará uso de las distintas plataformas de comunicación e información que dispongan las entidades del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, así como de los gobiernos regionales y demás miembros de la REDIAGRO, priorizando el uso del WhatsApp, los correos electrónicos, las redes sociales y el desarrollo de eventos informativos.

Para el caso de los lugares apartados de limitado acceso a internet, se continuará priorizando los medios tradicionales y alternativos, considerando las características particulares del público al cual estará dirigida la información, así como los fines sectoriales.

- **Medios tecnológicos digitales:** Utiliza Internet para llegar simultáneamente a un gran número de personas: portales web, correos electrónicos, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube), aplicativos, reuniones en línea (Google Meet, Zoom), telefonía móvil, entre otros.
- **Medios de prensa:** Radio, televisión, diarios, revistas, entre otros.
- **Medios auxiliares o complementarios:** libros, manuales, guías, fichas técnicas, reportes, informes, folletos, entre otros.
- **Comunicación alternativa o participativa:** Conferencias, talleres, reuniones, charlas, cursos, seminarios, foros, escuelas de campo, a través de auto parlantes, pizarras, entre otros.

11.7. Piezas y productos comunicaciones

Para promover, compartir y difundir los contenidos informativos previstos en el PLANDIA, se prevé apoyarse en el uso de los siguientes productos.

- Boletines digitales, fichas técnicas, manuales, hojas divulgativas...
- Videos promocionales, informativos y con contenidos didácticos.
- Registro audiovisual y fotográfico de actividades.
- Notas de prensa, reportajes, entrevistas a voceros y especialistas.
- Brochure de productos informativos y piezas gráficas promocionales e informativas.
- Spots radiales.
- Registros de experiencias exitosas.
- Contenidos para Página Web y redes sociales. (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube).
- Álbum de fotografías.
- Programas y proyectos de eventos, comunicados, ayudas memoria.

11.8. Actividades comunicacionales

- Reuniones informativas entre gestores de la información, niveles decisorios y usuarios.
- Coordinaciones con medios de comunicación masiva.
- Organización y participación en eventos presenciales y/o virtuales sobre temas agrarios (conferencias, congresos, cursos, seminarios, charlas, ferias, ruedas de negocio, etc.).
- Diseño y difusión de piezas gráficas, material audiovisual y registro fotográfico de actividades.
- Difusión de técnicas, metodologías y modelos para fortalecimiento de capacidades, como: ECAs, días de campo, pasantías
- Difusión de experiencias exitosas.



XII. Líneas de acción /acciones estratégicas

Según objetivos estratégicos, el presente plan considera las siguientes líneas de acción:

OE1: Promover la generación y difusión de conocimientos e información agraria especializada para orientar el acceso y uso a los servicios públicos agrarios, fortaleciendo la competitividad agraria, la adopción de buenas prácticas y toma de decisiones, especialmente a productores de agricultura familiar.

Líneas de acción:

- Compartir conocimientos e información sobre cultivos de relevancia nacional y/o regional y local, a fin de contribuir a la adopción de buenas prácticas y /o mejorar competitividad y toma de decisiones a los productores y otros agentes del agro.
- Promover la generación acceso y uso de conocimientos e información que contribuya al desarrollo ganadero y de camélidos sudamericanos, con mejoramiento genético y adecuada gestión de pastos.
- Fortalecer los canales, medios y formas de comunicación orientado a pequeños y medianos productores y facilitar el acceso y uso de la información agraria para la toma de decisiones y fortalecimiento de capacidades, en coordinación con los gobiernos regionales y locales.
- Difundir información que contribuya a promover la investigación, innovación y transferencia científico/tecnológica orientadas al incremento de la calidad y productividad para incrementar el acceso de pequeños productores a servicios de mejoramiento genético e insumos agrarios de calidad.
- Difundir información para contribuir a impulsar el saneamiento físico-legal y la titulación de predios agropecuarios y de comunidades campesinas y nativas.
- Facilitar información para contribuir a promover la asociatividad y cooperativismo en pequeños y medianos productores de agricultura familiar.
- Difundir información para contribuir a impulsar la industrialización del agro y la transformación productiva del campo.
- Difundir información en apoyo al desarrollo de la mujer agraria.
- Promover la generación acceso y uso de información que contribuya a la sostenibilidad de la sanidad agraria e inocuidad agroalimentaria.
- Promover la difusión del calendario de eventos de capacitación, extensión agraria y asistencia técnica programados por las entidades del Sector.

OE2: Promover y atender las demandas de información sobre financiamiento, seguro agrario e inteligencia comercial para facilitar el acceso de los productores agrarios a los mercados y contribuir con la seguridad alimentaria del país.

Líneas de acción:

- Difundir información para contribuir al acceso de los productores a financiamiento y seguro agrario.
- Promover el acceso de productos agropecuarios peruanos al mercado internacional.
- Promover el acceso al mercado nacional y local de productos agropecuarios de agricultura familiar.
- Desarrollar campañas informativas para contribuir a la seguridad alimentaria del país.
- Promover la generación y difusión de publicaciones estadísticas y sobre comportamiento de mercados.

OE3: Generar y difundir información sobre los recursos naturales para contribuir a la sostenibilidad de la producción agraria y el cuidado al medioambiente.

Líneas de acción:

- Contribuir con la seguridad hídrica en el agro y sistemas de gestión sostenible del agua para el uso productivo, social y ambiental.
- Desarrollar campañas informativas para el uso y manejo eficiente de los suelos con fines agrarios.
- Promover la generación y difusión de información para la gestión y uso sostenible de los recursos naturales.
- Desarrollar campañas informativas para contribuir a reducir la vulnerabilidad ante fenómenos naturales y de cambio climático en zonas agrarias.
- Promover la generación, acceso y difusión de información para contribuir a las buenas prácticas de conservación, aprovechamiento y gestión sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre.
- Promover la generación y difusión de información sobre Siembra y cosecha de agua para la seguridad hídrica en las zonas alto andinas.

OE4: Promover la difusión de información adecuada a los agentes económicos del agro para contribuir a la modernización, mantenimiento y sostenibilidad de la infraestructura agraria y tecnologías de riego.

Líneas de acción:

- Difundir información para contribuir a sensibilizar sobre la importancia de la inversión, operatividad y funcionamiento de proyectos de siembra y cosecha de agua, sistemas de riego e infraestructura agraria, para el uso productivo, social y ambiental, articulado y complementado con otras infraestructuras económicas.
- Promover campañas de sensibilización para el involucramiento de los beneficiarios en acciones que coadyuven al cuidado y operatividad de la infraestructura agraria, sistemas de riego tecnificado y de siembra y cosecha de agua.

OE5: Contribuir a fortalecer la institucionalidad y articulación del Sector con los niveles regionales y locales con competencias en materia agraria.

Líneas de acción:

- Promover la formulación, implementación, monitoreo y evaluación de planes regionales de difusión de información agraria especializada.
- Difundir las políticas agrarias y la gestión descentralizada del sector agrario y de riego con enfoque territorial y multisectorial.
- Promover las bondades del Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias – SIEA, el Padrón de Productores Agrarios y la Identidad Digital del productor, así como la necesidad de un trabajo articulado intrasectorial, intersectorial e intergubernamental.
- Fortalecer los centros de documentación, las bibliotecas agrarias y la producción intelectual de los profesionales de la gestión pública agraria, en coordinación con entidades públicas y privadas.
- Fortalecer las capacidades de los gestores de la información agraria y otros agentes estratégicos del agro.
- Fortalecer el accionar e institucionalidad de la REDIAGRO, que conlleven a mejorar la gestión y servicio de la IAE.



XIII. Programación de Actividades 2025

13.1. Ejes, objetivos, líneas de acción, actividades, indicadores y cronograma

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
Objetivo General: Adecuado acceso y uso de la información agraria especializada por los usuarios, principalmente los pequeños y medianos productores agrarios de agricultura familiar							
Servicios agrarios e Innovación tecnológica	OE1: Promover la generación y difusión de conocimientos e información agraria especializada para orientar el acceso y uso a los servicios públicos agrarios, fortaleciendo la competitividad agraria, la adopción de buenas prácticas y toma de decisiones, especialmente a productores de agricultura familiar.	Compartir conocimientos e información sobre cultivos de relevancia nacional y/o regional y local, a fin de contribuir a mejorar la competitividad y la toma de decisiones de los productores y otros agentes del agro	Eventos informativos de información estadística y tecnologías de información relacionadas a producción, clima, disponibilidad de insumos, semillas y otros.	N° Usuario informado N° productor	4 000 300	DGESEP, Serfor, ANA, Promperú, Mincetur, INIA, ITP, INEI, Produce, Sernanp, Senamhi DRA/GRA	II, III y IV trimestre
			Presentar y difundir resultados de Encuestas de costos de producción, ENA, ENIS.	N° Usuario informado N° productor	4 000 400	DGESEP, DRA/GRA	IV Semestre
			Difundir el Marco Orientador de Cultivos y los avances de la campaña agrícola.	N° Usuario informado N° productor	1 000 300	DGESEP, DGPA, DGDA, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre
			Promover el manejo eficiente de cultivos de importancia social y económica.	N° Usuario informado N° productor	500 300	INIA, DGDA, Agrorural, Proyectos especiales, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre
			Promover la generación y difusión de publicaciones técnicas y científicas.	N° publicación N° Usuario informado	10 1000	ANA, INIA, Produce, Senamhi, ITP	I, II, III y IV trimestre
			Promover la generación y difusión de información sobre la agricultura agroecológica natural, saludable y sostenible.	N° Usuario informado N° productor	500 200	INIA, Senasa, DGDA, proyectos especiales, DRA/GRA	II y IV trimestre
		Promover la generación acceso y uso de información que contribuya al desarrollo ganadero y de camélidos sudamericanos, con mejoramiento genético y adecuada gestión de pastos	Eventos informativos sobre desarrollo ganadero y pastos cultivados.	N° Usuario informado N° productor	300 200	DGDG, Serfor, INIA, Agro Rural, proyectos especiales, DRA/GRA	II, III y IV trimestre

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
		Fortalecer los canales, medios y formas de comunicación orientado a pequeños y medianos productores y facilitar el acceso y uso de la información agraria para la toma de decisiones y fortalecimiento de capacidades, en coordinación con los GR y GL.	Mantener directorio actualizado de aliados estratégicos en la difusión de información agraria.	Directorio actualizado	4	DGESEP, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre
			Identificar los servicios de información y TIC operativas de las entidades miembros de la REDIAGRO para las acciones colaborativas de difusión.	Informe	1	DGESEP y miembros de REDIAGRO.	III trimestre
			Establecer convenios y alianzas estratégicas con potenciales colaboradores en la difusión de conocimientos e información agraria	N° convenios	4	Todas	I, II, III y IV trimestre
			Promover los servicios a través del Padrón de Productores y la Identidad Digital del Productor	N° Usuario informado N° productor	1 000 300	DGESEP y miembros de REDIAGRO.	III trimestre
			Identificar servicios, tecnologías y demandas de información y otros medios de difusión.	Informe	1	DGESEP, INEI, INIA, SENASA, SSE, SERFOR, DRA/GRA	IV Trimestre
		Difundir información que contribuya a promover la investigación, innovación y transferencia científico/tecnológica orientadas al incremento de la calidad y productividad para incrementar el acceso de pequeños productores a servicios de mejoramiento genético e insumos agrarios de calidad	Presentar y difundir información sobre mejoramiento genético e insumos agrarios y normas técnicas (semillas, plantones, reproductores, abonos, etc.)	N° Usuario informado N° productor	500 300	INIA, Agro Rural, proyectos especiales DG DG DRA -GRA	I, II, III y IV trimestre
		Difundir información para contribuir a impulsar el saneamiento físico-legal y la titulación de predios agropecuarios y de comunidades campesinas y nativas.	Desarrollar eventos informativos sobre saneamiento físico legal de la propiedad agraria, CC y CN	N° Usuario informado	500	DIGESPACR, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre
		Facilitar información para contribuir a promover la asociatividad y cooperativismo en pequeños y medianos productores de agricultura familiar	Desarrollar eventos informativos sobre asociatividad empresarial, constitución, transformación y registro nacional de cooperativas	N° Usuario informado N° productor	500 300	DGAFS, Agroideas, SSE, DRA/GRA	Febrero avances

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
		Difundir información para contribuir a impulsar la industrialización del agro y la transformación productiva del campo.	Desarrollar eventos informativos sobre agroindustria y transformación de productos primarios	N° Usuario informado N° productor	200 100	Mincetur, SSE, Agroideas, ITPP, DGDG, DGESEP	I, II, III y IV trimestre
		Difundir información en apoyo al fortalecimiento de la mujer agraria en su rol productivo.	Desarrollar eventos informativos sobre el Rol de la mujer rural en las actividades productivas y emprendimientos	N° Usuario informado N° Mujeres	300 200	DGGT, Agrorural, ANA, Agroideas, País, Foncodes	I, II, III y IV trimestre
		Promover la generación acceso y uso de información que contribuya a la sostenibilidad de la sanidad agraria e inocuidad agroalimentaria.	Compartir información sobre Manejo integral de plagas y enfermedades. Desarrollar eventos informativos sobre sanidad agraria.	N° Usuario informado N° productor informado	500 200 100	Senasa, Mincetur, Agro Rural Senasa, INIA, Agro Rural	I, II, III y IV trimestre I, II, III y IV trimestre
		Promover la difusión del calendario de eventos de información, capacitación, extensión agraria y asistencia técnica.	Elaborar y difundir el calendario mensual de eventos agrarios de información, capacitación y AT	N° usuario informado	4 000	DGESEP, con apoyo de todas las entidades MIDAGRI	I, II, III y IV trimestre
Financiamiento, seguro, mercados, y seguridad alimentaria	OE2: Promover y atender las demandas de información sobre financiamiento, seguro agrario e inteligencia comercial para facilitar el acceso de los productores agrarios a los mercados y contribuir con la seguridad alimentaria del país.	Difundir información para contribuir al acceso de los productores a financiamiento y seguro agrario.	Desarrollar eventos informativos sobre financiamiento, seguro agrario y fondos concursables	N° usuario informado	500	Mincetur, SSE, Agroideas, DGASFS	II, III trimestre
		Promover el acceso de productos agropecuarios peruanos al mercado internacional.	Compartir información sobre acceso a mercados, articulación comercial, comercio exterior e inteligencia de mercados	N° usuario informado	500	DGSEP, DGPA, INEI, Mincetur, SSE, Senasa.	I, II, III y IV trimestre
		Promover el acceso al mercado nacional y local de productos agropecuarios de agricultura familiar	Difundir información sobre los instrumentos de protección para los productos nacionales frente a los productos importados	N° usuario informado	300	DGPA, Promperú	II, III trimestre
		Desarrollar ferias de Productos Agrarios	Ferías ejecutadas	3	DGESEP – SSE, Agroideas – Agrorural, DRA/GRA	II, III y IV trimestre	
		Desarrollar eventos motivacionales para el acceso y uso de plataformas comerciales.	N° usuario informado	300	Agrorural, SSE, Mincetur, PRODUCE, PROMPERÚ	II y III trimestre	

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
		Desarrollar campañas informativas para contribuir a la seguridad alimentaria del país	Compartir información sobre compras estatales a la pequeña agricultura familiar	N° usuario informado	300	DGASFS, Agrorural, DGPA	I trimestre
			Campaña Hambre cero, consumo preferente de alimentos nacionales de la agricultura familiar	N° usuario informado	200	DGDG, DGDA, INIA, Agro Rural, DRA/GRA	II y III trimestre
			Promover el desarrollo de acuicultura y pesca artesanal	N° usuario informado	200	Produce, Mincetur	II y III trimestre
			Eventos informativos sobre inocuidad de los alimentos	N° usuario informado	200	Senasa.	II trimestre
			Desarrollo de eventos informativos sobre metodología ECAs, y labores agrícolas	N° usuario informado	200	Senasa, Mincetur	III y IV trimestre
		Promover la generación y difusión de publicaciones estadísticas y sobre comportamiento de mercados	Compartir publicaciones estadísticas y de comportamiento de mercados.	N° Publicación compartida N° consultas	40 4 000	DGESEP, DGPA, SSE	Enero a diciembre
Agua, suelo, bosques, clima	OE3: Generar y difundir información sobre los recursos naturales para contribuir a la sostenibilidad de la producción agraria y el cuidado al medioambiente.	Contribuir con la seguridad hídrica en el agro y sistemas de gestión sostenible del agua para el uso productivo, social y ambiental.	Compartir información sobre seguridad hídrica en el agro, con sistemas de gestión sostenible del agua para el uso productivo, social y ambiental	N° usuario informado	200	ANA, Fondo Sierra Azul, proyectos especiales	I, II, III y IV trimestre
			Desarrollar activaciones de concientización de la cultura del agua.	Campaña ejecutada	1	ANA, PSI, proyectos especiales	I Trimestre
	Desarrollar campañas informativas para el uso y manejo eficiente de los suelos con fines agrarios.		Desarrollo de evento informativo sobre aptitud natural de las tierras.	N° usuario informado	200	DGAAA, INIA, Agro Rural	I, II, III y IV trimestre
			Desarrollo de evento sobre: Micro localización de cultivos que se adecuen a las características naturales del suelo y su entorno ecológico.	N° usuario informado	200	DGAAA, INIA, Agro Rural, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre
			Compartir información para promover la salud de los suelos, recuperación de suelos	N° usuario informado	200	Agrorural - Proyectos especiales,	I, II, III y IV trimestre

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma	
			degradados y buenas prácticas agrícolas.			DGAAA, DRA - GRA		
		Gestión y uso sostenible de los recursos naturales	Evento informativo sobre aprovechamiento de recursos naturales	N° usuario informado	200	Serfor - Sernanp	I, II, III y IV trimestre	
		Desarrollar campañas informativas para contribuir a reducir la vulnerabilidad ante fenómenos naturales y de cambio climático en zonas agrarias.	Compartir información sobre cambio climático, Huella hídrica, alertas y pronósticos agroclimáticos	N° usuario informado	300	ANA, DGAAA, Senamhi, DGESEP, DRA - GRA	I, II, III y IV trimestre	
		Promover la generación, acceso y difusión de información para contribuir a las buenas prácticas de conservación, aprovechamiento y gestión sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre.	Desarrollo de evento informativo en conservación y gestión de recursos forestales maderables y no maderables	N° usuario informado	200	Mincetur, Sernanp, Serfor, proyectos especiales, DGESEP DRA - GRA	I, II, III y IV trimestre	
			Desarrollo de eventos sobre incendios forestales	N° usuario informado	200	Serfor – Sernanp, proyectos especiales.	I, II, III y IV trimestre	
			Desarrollo de IV Edición de activación “Planta tu Árbol Favorito. Deja tu huella verde”	Informe	1	REDIAGRO – DGESEP, SERFOR – INIA-Agrorural, PN País, MML, DRA - GRA	IV Trimestre	
			Semana nacional forestal	N° usuario informado	2000	Serfor - Sernanp – DRA GRA, proyectos especiales, REDIAGRO	IV trimestre	
			Desarrollar campaña de sensibilización para la protección de la fauna silvestre	N° usuario informado	2000	Serfor - Sernanp	I, II, III y IV trimestre	
			Promover la generación y difusión de información para motivar la valoración y aprovechamiento de los recursos hídricos producto de la siembra y cosecha de agua.	Desarrollo de eventos informativos sobre la importancia y ventajas para el aprovechamiento de los recursos hídricos producto de la siembra y cosecha de agua	N° usuario informado	400	Sierra Azul, ANA, DRA - GRA	IV trimestre
					N° productor	200		

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
			para la seguridad hídrica en las zonas altoandinas.				
Infraestructura Agraria y Riego	OE4: Promover la difusión de información adecuada a los agentes económicos del agro para contribuir a la modernización, mantenimiento y sostenibilidad de la infraestructura agraria y tecnologías de riego que impulsen el desarrollo de la actividad agraria.	Difundir información para contribuir a sensibilizar sobre la importancia de la inversión, operatividad y funcionamiento de proyectos de siembra y cosecha de agua, sistemas de riego e infraestructura agraria, para el uso productivo, social y ambiental, articulado y complementado con otras infraestructuras económicas.	Desarrollo de eventos en sistemas de riego	N° usuario informado	300	PSI, Sierra Azul, proyectos especiales, DRA - GRA	III trimestre
			Desarrollo de eventos en infraestructura agraria.	N° usuario informado	300	DGIHR - PSI	II trimestre
			Desarrollo de eventos sobre sistemas de riego e infraestructura agraria y rol de las comunidades, organizaciones agrarias y sociedad civil	N° usuario informado	300	PSI, Sierra Azul, proyectos especiales, DRA - GRA	I, II, III y IV trimestre
		Promover campañas de sensibilización para el involucramiento de los beneficiarios en acciones que coadyuven al cuidado y operatividad de la infraestructura agraria, sistemas de riego tecnificado y de siembra y cosecha de agua.	Desarrollo de eventos para motivar la participación de los beneficiarios en el cuidado, mantenimiento y operatividad de la infraestructura agraria, sistemas de riego tecnificado y de siembra y cosecha de agua para la seguridad hídrica.	N° usuario informado	300	PSI, Sierra Azul, proyectos especiales, DRA - GRA	I, II, III y IV trimestre
Fortalecimiento de la gobernabilidad	OE5: Contribuir a fortalecer la institucionalidad y articulación del Sector con los niveles regionales y locales con competencias en materia agraria.	Promover la formulación, implementación, monitoreo y evaluación de planes regionales de difusión de IAE.	Desarrollo de taller y asesoría técnica para orientar en la formulación, seguimiento y evaluación de planes de difusión.	N° planes formulados	20	DGESEP	I trimestre
		Difundir las políticas agrarias y la gestión descentralizada del sector agrario y de riego con enfoque territorial y multisectorial.	Sensibilizar sobre la importancia de los Planes Operativos Agrarios Articulados regionales para el desarrollo agrario territorial	POAAR aprobado	25	OGPP, DGGT	IV trimestre
		Promover las bondades del Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias – SIEA, el Padrón de Productores Agrarios y la Identidad Digital del productor, así como la necesidad de un trabajo articulado intrasectorial, intersectorial e intergubernamental.	Desarrollar campañas informativas que contribuyan a fortalecer estrategias colaborativas entre los agentes involucrados en la funcionalidad del SIEA, PPA y la IDP, así como al acceso a los servicios que se brinda a través de estos medios..	N° usuario informado	1000	DGESEP, DRA/GRA	I, II, III y IV trimestre

Ejes	Objetivos estratégicos	Líneas de acción/ Acciones estratégicas	Actividades	Indicador	Meta	Entidad Involucrada	Cronograma
		Fortalecer los centros de documentación, las bibliotecas agrarias y la producción intelectual de los profesionales de la gestión pública agraria, en coordinación con entidades públicas y privadas	Desarrollo de evento informativo para contribuir al fortalecimiento de los centros de documentación, repositorios y bibliotecas virtuales	N° usuario informado	500	DGESEP, Agrorural, INIA, ANA, Serfor, SSE	I, II, III y IV trimestre
		Fortalecer las capacidades de los gestores de la IA, informantes calificados y otros agentes estratégicos del agro	Desarrollo de talleres especializados sobre estadística, plataformas tecnológicas, encuestas, etc.	N° Usuario N° productor	100	DGESEP, SERFOR, DRA - GRA.	I, II, III y IV trimestre
		Fortalecer el accionar e institucionalidad de la REDIAGRO que conlleven a mejorar la gestión y servicio de la IAE.	Promover alianzas con sectores afines, academia, org. agrarias, medios de comunicación y otras instituciones afines al agro	N° alianzas	4	Todos	I, II, III trimestre
			Identificar y promover el apoyo e involucramiento de fuentes cooperantes en la generación y difusión de información	N° cooperante	2	Todos	II y III trimestre

13.2. Actividades programadas 2025

N°	Producto	Indicador	Meta	Cronograma											
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
1	Taller: Formulación, consenso y aprobación del PLANDIA 2025	N° Rptes. Rediagro	70	X											
2	Difusión de publicaciones agrarias y eventos de información, capacitación y asistencia técnica de entidades miembros de la REDIAGRO.	N° usuarios informados	5 000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Calendario mensual de eventos de información, capacitación y AT MIDAGRI.	N° usuarios informados	4 000	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Alianzas con sectores afines, academia, organizaciones agrarias, medios de comunicación y otros para fortalecer la difusión de información.	N° alianzas	4				X	X			X			X	
5	Campaña promocional del Catálogo de Productos Agrarios.	Informe	1		X		X		X		X		X		X
6	Campaña promocional de herramientas tecnológicas y satelitales de información, estadística, capacitación...	Informe	1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7	Campaña promocional de abastecimiento de alimentos y herramientas de precios (Datero Agrario, Agrochatea, Mi caserita...) y otras	Informe	1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8	Campaña promocional del Padrón de Productores, Observatorio y la Identidad digital del Productor agrario.	Informe	1		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9	Campaña promocional de generación de manuales técnicos de cultivos y crianzas, dirigidos a los productores agrarios.	Informe	1								X	X	X	X	
10	Mapa de los servicios y herramientas de información agraria	Informe	1						X	X	X				
11	Conferencia Agroexportaciones, escalonamiento de regiones y de productos de la agricultura familiar. ABC para pasar de productor a exportador exitoso	N° usuarios informados N° Productor	500 200		X	X									
12	Conferencia Padrón de Productores. Identidad Digital del productor Agrario. Georreferenciación de predios agrarios.	N° usuarios informados N° Productor	500 200		X			X							
13	Conferencia Oportunidades de Financiamiento agrario. (A productores y proyectos de tecnologías de riego)	N° usuarios informados N° Productor	500 300			X		X							
14	Conferencia Financiamiento para bosques productivos y sostenibles	N° usuarios informados N° Productor	500 300			X									
15	Conferencia Costos de producción y previsión del rendimiento de los cultivos.	N° usuarios informados N° Productor	500 300			X									
16	Conferencia Cooperativismo agrario y planes de negocio	N° usuarios informados	300				X								
17	Conferencia Avances científicos y tecnológicos que impactan en la agricultura	N° usuarios N° Productor	400 200				X				X				

N°	Producto	Indicador	Meta	Cronograma											
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
18	Conferencia Bondades e inversión pública en la Siembra y cosecha de agua.	N° usuarios N° Productor	200 100				X								
19	Biodiversidad, oportunidades de bionegocios y los desafíos alimentarios del planeta	N° usuarios N° Productor	200 100					X							
20	Conferencia Disponibilidad de recursos hídricos, información agroclimática y cambio climático	N° usuarios N° Productor	500 100					X							
21	Avances de la Campaña Agrícola 2024-2025 y Resultado de la Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra – ENIS 2025..	N° usuarios N° Productor	200 100					X							
22	Curso Herramientas tecnológicas de información, capacitación y asistencia técnica, para gestores de información agraria y estadística.	N° usuarios N° Productor	200 100						X						
23	Conferencia Mujeres del agro: Voces que se oyen, actos que trascienden	N° usuarios N° Productor	200 100						X						X
24	Los gobiernos locales y el desarrollo de proyectos agroproductivos.	N° usuarios	200						X						
25	Servicios Agrarios brindados por Sector (reproductores, semillas, plántones, guano,	N° usuarios N° Productor	200 100							X					
26	Conferencia Saneamiento físico y legal de la propiedad agraria	N° usuarios informados	200 100							X					
27	Conferencia Producción orgánica y los desafíos alimentarios del Planeta	N° usuarios N° Productor	200 100								X				
28	Conferencias Alerta agro y Seguro Agrario	N° usuarios N° Productor	4 000 300								X				
29	Conferencia Inteligencia artificial en la agricultura.	N° usuarios N° Productor	200 100									X			
30	Conferencias Herramientas de inteligencia comercial y ecommerce en Perú.	N° usuarios informados	1 000											X	
31	Conferencia primeros impactos de Puerto de Chancay y aeropuerto de Lima en las exportaciones agrarias.	N° usuarios	300									X			
32	Tributación y aranceles	N° usuarios N° Productor	200									X			
33	Convención Nacional REDIAGRO y reconocimientos al mejor desempeño en la difusión de información agraria especializada	N° Rptes.	70										X		
34	Conferencia Cambio climático y retos para la gestión de los recursos naturales	N° usuarios N° mujeres	200 150										X		
35	Conferencia Seguridad alimentaria	N° usuarios informados	200												
36	Presentación de servicios y herramientas tecnológicas de información agraria.	N° usuarios informados	300										X		
37	Campaña "Siembra tu árbol favorito. Deja tu huella verde"	Informe	1											X	

N°	Producto	Indicador	Meta	Cronograma												
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
38	Conferencia Aprovechamiento de recursos forestales y de fauna silvestre	N° usuarios N° Productor	300 100													X
39	Taller de seguimiento y evaluación del PLANDIA 2025 y formulación del PLANDIA 2026	N° miembros Rediagro	70								X					X

**Los títulos de los eventos están sujetos a variación. La temática se mantiene.* Los eventos y campañas promocionales implican, indistintamente, el desarrollo de una serie de tareas como: diseño de materiales promocionales, coordinaciones de expositores, invitación de participantes, coordinación de local o plataforma de transmisión, producción de video o audios, recopilación de información, elaboración de informes y notas informativas, coordinación para la difusión y reportes de resultados, entre otros.*



XVI. Operatividad y sostenibilidad

La Dirección General de Estadística, seguimiento y Evaluación de Políticas, a través de la Dirección de Estadística e Información Agraria, es la responsable de la implementación del PLANDIA 2025 de acuerdo a su disponibilidad presupuestal.

En la implementación del PLANDIA, participan, según sus competencias y disponibilidad presupuestal, las entidades miembros de la Red Nacional de Difusión de Información Agraria Especializada (Rediagro), en el marco de un sistema de información que privilegia la información especializada, teniendo como práctica permanente la articulación de objetivos, estrategias y actividades de interés común, para lo cual sus representantes a nivel nacional, se reunirán periódicamente a fin de concretar acuerdos y compromisos que conlleven a cumplir con lo programado.

Como dinámica de trabajo, se alentará el trabajo en equipo y la dinámica de compartir información y conocimientos en “efecto telaraña”, así como desarrollar estrategias de intervención que se complementen y permitan llegar hasta los usuarios de los lugares más apartados del país, especialmente a los productores agrarios de la agricultura familiar. Asimismo, se estandarizará en la medida de lo posible procesos que aseguren la calidad, oportunidad y pertinencia de la información e igualmente, las buenas prácticas en la difusión, acceso y uso de la información y el conocimiento para la adecuada toma de decisiones.

También se privilegia el uso las tecnologías de información y comunicación para la difusión de la información, aprovechando el internet y los servicios que permiten llegar de manera masiva, fácil, en tiempo real y a bajo costo, a los diferentes usuarios. Sin embargo, considerando las características, idiosincrasia y limitaciones de los pequeños agricultores, se continuará en la medida de lo posible con las prácticas de difusión tradicionales, priorizando el uso de los correos electrónico, WhatsApp, redes sociales (Facebook y YouTube), la impresión y difusión de documentos de entrega gratuita, el desarrollo de eventos informativos, las escuelas de campo, entre otras prácticas alternativas.



XV. Financiamiento y presupuesto

Las actividades de difusión serán financiadas con cargo a los presupuestos institucionales de los pliegos involucrados, en el marco de sus respectivas competencias, conforme a la Ley de Presupuesto del Sector Público anual y los programas presupuestales sectoriales involucrados.

La Dirección de Estadística e Información Agraria - DEIA de la Dirección General de Estadística, seguimiento y Evaluación de Políticas – DGESEP, a través de la Secretaría Técnica de la REDIAGRO, velará por la implementación de las actividades que le correspondan según sus funciones, así como de la intervención conjunta considerada en el PLANDIA.

***NOTA,** considerando que, a partir de julio del 2021, la DGESEP asumió las funciones de difusión de información agraria, sin asignación presupuestal para el cumplimiento de estas funciones, el desarrollo de las actividades consignadas en el PLANDIA 2025 que demanden de recursos, estarán sujetas a la asignación del presupuesto necesario.*



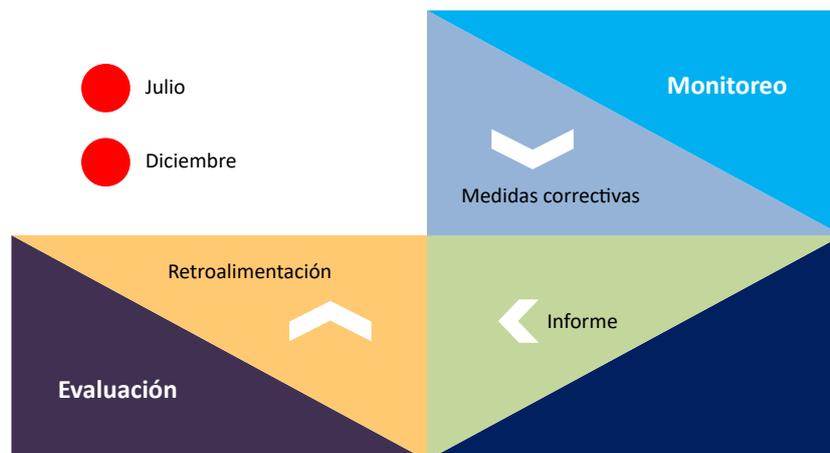
XVI. Monitoreo y evaluación

El monitoreo y evaluación del PLANDIA, se realizará en los meses de junio y diciembre, bajo el liderazgo de la Dirección General de Estadística, seguimiento y Evaluación de Políticas, a través de la Dirección de Estadística e Información Agraria, con participación de los representantes de cada una de las entidades miembros la REDIAGRO del MIDAGRI y los gobiernos regionales, dando cumplimiento a lo dispuesto en el literal n), del artículo 20°, de la Resolución Ministerial N.° 416– 2016–MINAGRI.

Para efectos del PLANDIA 2025, el monitoreo consistirá en el acompañamiento sistemático y periódico en el proceso de implementación de actividades para la consecución de las metas y la adecuada utilización de recursos disponibles; mientras tanto, la evaluación hará posible la verificación del cumplimiento de los objetivos planteados con el fin de detectar oportunidades, deficiencias, obstáculos o necesidades de ajuste.

Con ello, el monitoreo y la evaluación permitirán tomar decisiones estratégicas sobre la base de un análisis del entorno y observación del avance y cumplimiento de los objetivos propuestos.

Seguimiento y monitoreo PLANDIA





Anexos

Encuesta sobre Servicio y demandas de Información agraria especializada

Estimado Sr(a), el presente cuestionario será aplicado:

de manera anónima, entre el 18 de diciembre 2024 al 2 de enero 2025. Tiene como objetivo identificar las necesidades y demandas de información agraria, cuya atención considera puede contribuir a fortalecer sus capacidades, asimismo identificar los medios de difusión que utiliza preferentemente. En este sentido, solicitamos su apoyo llenando las opciones que a continuación presentamos.

dsanchez@midagri.gob.pe [Cambiar cuenta](#)



* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar dsanchez@midagri.gob.pe como el correo electrónico que se incluirá en mi respuesta

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL ENCUESTADO

Departamento *

Elegir

Edad *

- Menor de 30 años
- Entre 31 a 45 años
- Entre 46 a 60 años
- Mayor de 60 años

Sexo *

- Mujer
- Hombre

Idioma principal *

- Quechua
- Castellano
- Aymara
- Otro

Ocupación *

- Agricultor /ganadero
- Empresario/ Comerciante / intermediario, además de agricultor /ganadero
- Servidor público
- De la academia
- Otra ocupación

En los últimos 12 meses, ¿usted ha utilizado información agraria? *

- Sí
- No

II. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

2.1 Para desarrollar sus actividad relacionadas al agro ¿Principalmente qué tipo de información necesita? Marque hasta tres (3) opciones

- Información de precios de productos
- Información estadística
- Información técnica agropecuaria (sanidad, cultivos, crianzas, prácticas agrícolas)
- Comercialización – mercados
- Financiamiento y créditos
- Información agroclimática
- Recursos naturales y ambiental
- Políticas agrarias y presupuesto del sector público
- Planes de Negocio
- Forestal y de Fauna silvestre
- Tecnologías de riego
- Otros

2.2 Si una de sus opciones es información de precios, ¿Qué tipos de precios necesita? Marque una o dos (2) opciones

- Precios de productos agropecuarios
- Precios de insumos
- Precios de semillas
- Precios de maquinarias y equipos
- Precios de productos forestales (maderable y no maderables) y de fauna silvestre
- Otros precios

2.3 ¿Qué tipo de información de precios de productos agropecuarios necesita? Marque una o dos (2) opciones

- Precios en chacra
- Precios de mercados mayoristas
- Precios de mercados minoristas
- Todos

2.4 Si una de sus opciones es información estadística ¿qué información estadística requiere? Marque hasta tres (3) opciones

- Estadística Agrícola (siembra, cosecha, producción, etc)
- Estadística Pecuaria (población, saca, producción, precio)
- Estadística Agroindustrial (uso materia prima, producción y venta)
- Estadística Insumos y servicios (precios insumos, fertilizantes, maquinarias, jornal, etc)
- Estadística Comercio externo (importación, exportación)
- Estadística Comercio interno (precios, productos, volumen, procedencia)
- Estadísticas de Agricultura Familiar
- Estadísticas del Perfil Productivo regional
- Estadística forestal y de fauna silvestre
- Padrón de Productores Agrarios
- Otros: _____

2.5 En caso de información técnica agropecuaria ¿Qué tipo de información técnica necesita? Marque hasta tres (3) opciones

- Plagas y enfermedades
- Manejo de cultivos
- Manejo de crianzas
- Semillas
- Abonos y fertilizantes
- Prácticas post cosecha
- Siembra y cosecha de agua
- Técnicas modernas de riego
- Otros

III. MEDIOS DE INFORMACIÓN

3.1 ¿Qué medio prefiere para recibir información? *

- Radio
- Televisión
- Celular / WhatsApp / otros aplicativos
- Diarios
- Documentos impresos/digitales (libros, manuales, folletos técnicos, guías, folletos)
- Eventos presenciales/virtuales (talleres, conferencias, talleres, charlas, ECA)
- Página web del MIDAGRI, OMA, programas, proyectos especiales
- Página web de la región - ORA / OPA o Agencia Agraria
- Redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram
- Otro

3.2 En los últimos doce meses ¿a qué medio recurrió para acceder a información de precios de productos agropecuarios? Marque una o dos (2) opciones *

- Catálogo agrario
- AgroChapas
- Mi Casamita
- Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias - SISA / SISAP (web)
- Publicaciones del INICOGRI / OMA
- Mercado y/o Intermediarios
- Otro

3.3 Si en la pregunta anterior a referido "otro", ¿Podría indicar a cuáles?

Yo respondería _____

IV. COMPORTAMIENTO INFORMATIVO

4.1 ¿Tiene acceso a internet para buscar información sobre temas agrarios? *

- Sí
- No

4.2 ¿Una vez en internet para buscar, recibir y compartir información sobre temas agrarios? *

- Siempre
- Algunas veces por tener internet limitado
- Algunas veces por no saber cómo buscar
- Nunca

4.3 ¿Cuál de las redes sociales ha utilizado con mayor frecuencia o facilidad para recibir información y/o capacitación y asistencia técnica? Marque una o dos (2) opciones *

- Facebook
- YouTube
- X (Twitter)
- Instagram
- WhatsApp
- TikTok
- Otro/ninguna

4.4 ¿Cuál de las plataformas virtuales ha utilizado con mayor frecuencia o facilidad para recibir capacitación y asistencia técnica? *

- Zoom
- Meet
- Teams
- Otro
- Ninguna

4.5 ¿Cuál de estas organizaciones le provee información agraria con mayor regularidad? Marque una o dos (2) opciones *

- Miembro de Desarrollo Agrario y Riego (Banasa, INIA, ANA, - ACA - AAA, SERFOR, Agromercado, PSI, Apto Rural, Agrícola, Sierra Kids, proyectos especiales, etc.)
- Agencia Agraria - Dirección/Gerencia Regional de Agricultura - Sistema regional
- REDIAGRO
- Programa RED - Temuco
- Universidades e institutos superiores
- Organizaciones no gubernamentales
- Organismo Agrario
- Otro

4.6 Si marcó "otro" en la anterior pregunta, ¿Podría señalar cuál?

Yo respondería _____

V. SATISFACCIÓN DE LA INFORMACIÓN (sobre uso y utilidad de la información)

5.1 Si recibió información agraria en los últimos 12 meses del MIDAGRI y/o alguna de sus entidades (Banasa, INIA, SERFOR, ANA, Agromercado, PSI, Agromercado, Agrorural y proyectos especiales) ¿cómo califica la utilidad de la información para sus actividades agrícolas? *

- Muy útil
- Útil
- Poco útil
- Nada útil
- No recibe información

5.2 Si recibió información agraria en los últimos 12 meses de la Dirección / Gerencia Regional de Agricultura y/o agencias agrarias y/o gobierno regional ¿cómo califica la utilidad de la información para sus actividades agrícolas? *

- Muy útil
- Útil
- Poco útil
- Nada útil
- No recibe información

5.3 Si recibió información agraria en los últimos 12 meses de la Red Nacional de Difusión de Información Agraria - REDIAGRO ¿cómo califica la utilidad de la información para sus actividades agrícolas? *

- Muy útil
- Útil
- Poco útil
- Nada útil
- No recibe información

5.4 ¿Los medios que utiliza el Estado para difundir la información agraria como web, redes sociales, whatsapp, centros de documentación/bibliotecas, manuales, revistas, boletines, entre otros, son útiles para usted? *

- Muy útiles
- Útiles
- Poco útiles
- Nada útiles
- No útiles

5.5 ¿Cuáles de estos temas agrarios priorizaría usted para que sean desarrollados por la Rediagro en el año 2023? Marque hasta cuatro (4) opciones. *

- Exportaciones e importaciones agrarias
- Fondo de Producción e Identidad Digital
- Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra 2023
- Cooperativismo agrario y Planes de Negocio
- Avances científicos y tecnológicos que impactan en la agricultura
- Impacto de Puerto de Choros y aeropuerto de Lima en el comercio agrario
- Financiamiento y créditos agrarios
- Perspectivas y retos de la agroindustria
- Inteligencia artificial en la agricultura y el comercio agrario
- Programas tecnológicos y servicios de información relacionados al agro
- Clima y seguro agrario/agro
- Comercio Electrónico e estrategia de marketing digital
- Avances de la campaña agrícola 2023 - 2025
- Servicios agrarios (de reproducción, semillas e insumos)
- Mujer Agraria: Voces que se oír, entre sus Asociaciones
- Perspectivas de la producción libre de deforestación (café, cacao y palma)
- Bienestar físico y legal de la sociedad agraria, comunidades campesinas y rurales
- Siembra y cosecha de agua
- Centros climáticos y retos para la gestión de los recursos naturales
- Producción orgánica, agroecología, biodiversidad y los desafíos alimentarios del planeta
- Infraestructura y riego tecnificado
- Demostraciones prácticas de acceso y uso de las nuevas herramientas tecnológicas y aplicativos de información agraria
- Aprovechamiento de recursos forestales y de fauna silvestre

5.6 Otro tema que considere debe ser incluido: