

CADENAS DE VALOR RELACIONADAS A INFORMACIÓN CLIMÁTICA:



SECTOR PROBLEMÁTICA

SERVICIO CLIMÁTICO SENAMHI

RESPUESTA

BENEFICIO

EDUCACIÓN

ALTOS NIVELES DE RADIACIÓN SOLAR

- +MONITOREO DE NIVELES
- +PRONÓSTICOS RUV
- +EMISIÓN DE ALERTAS

+USO DE SOMBREROS COMO PARTE DEL UNIFORME

+DISMINUCIÓN DE RIESGO DE CÁNCER Y QUEMADURAS

TRANSPORTE

NEVADAS

+CIERRE TEMPORAL CARRETERAS

+ALERTAS DE NEVADAS

+DISMINUCIÓN DE ACCIDENTES

+REDUCCIÓN DE PERDIDA DE ALIMENTOS

USUARIO POTENCIAL

Agricultores, comunidades agrícolas, organizaciones comunales.

Instituciones involucradas en planificación de campañas agrícolas

Instituciones que planifican acciones de mitigación frente a desastres

NECESIDAD

Determinar el inicio de la campaña agrícola

Determinar disponibilidad del agua para cultivos

Información para planificar acciones preventivas y planes de contingencia

SERVICIO CLIMÁTICO SENAMHI

PRONÓSTICO DE LLUVIAS

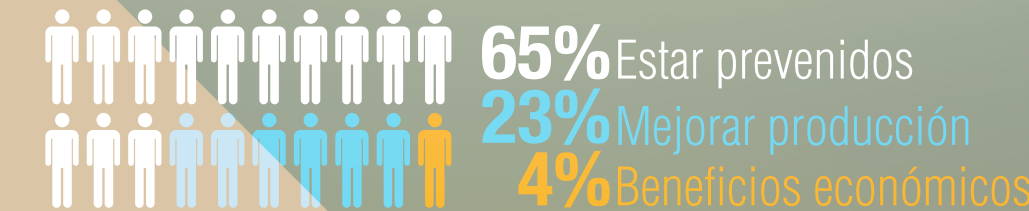
-CARACTERIZACIÓN AGROCLIMÁTICA

-PRONÓSTICO DE LLUVIAS

-PRONÓSTICO DE CAUDALES DE RÍOS

PRONÓSTICO DE TEMPERATURAS, DE PRECIPITACIONES, DE EVENTOS EXTREMOS Y MONITOREOS CLIMÁTICOS.

¿QUÉ BENEFICIOS ESPERAN LOS AGRICULTORES?



81% De agricultores afirma que la información que SENAMHI podría brindarle, le ayudaría a mejorar sus cultivos.



"Tengo un cultivo, si SENAMHI me dice que va a llover por 15 días, entonces ya no regaría, evitaría ese gasto. Yo necesitaría saber con precisión qué días lloverá y tener la certeza de que va a ser así".

Agricultor entrevistado

JUNÍN ¿QUÉ HACEN ANTE EL CLIMA?

PERFIL DE PÚBLICO OBJETIVO:

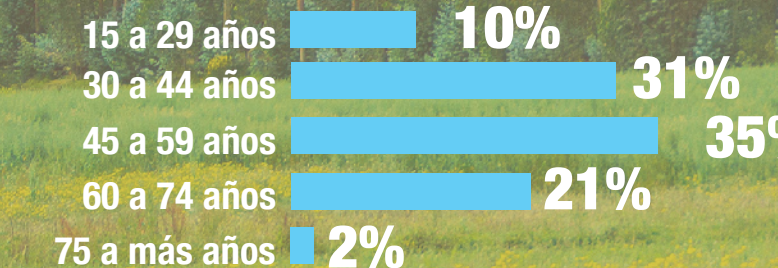
Censo agrario - Perú 2012 - Fuente: INEI



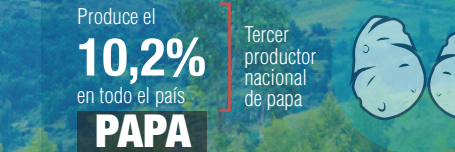
El grueso de población llega solo a terminar la primaria y aún existe un 9% de analfabetismo.

15% de las mujeres son analfabetas.

EDADES:



Principales productos agrícolas



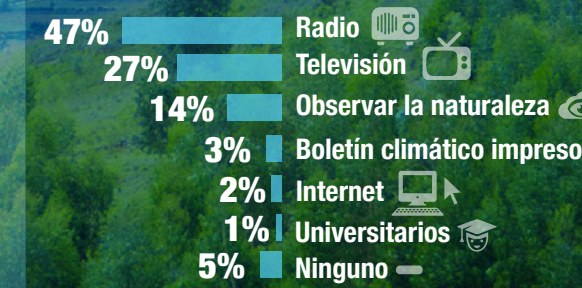
ES EL PRINCIPAL PROVEEDOR DE ALIMENTOS PARA LA CAPITAL

El 55% tiene más de 45 años

En su mayoría la familia está compuesta de 2 a 3 miembros.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INFORMARSE DEL CLIMA

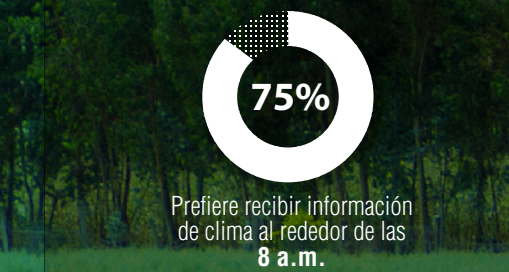


LOS ATRIBUTOS MÁS VALORADOS DE LA INFORMACIÓN CLIMÁTICA

- CONFIABLE
- OPORTUNA
- PRECISA

TOMADORES DE DECISIÓN EN JUNÍN

LOS ENCUESTADOS ASEGURAN QUE:



El 58% de tomadores de decisión encuestados, utiliza información de clima en sus actividades. El 57% recibe información con una frecuencia mensual, el 37% recibe información por correo electrónico y el 29% afirma que la información climática influye mucho en sus decisiones.



PROPIETARIO: Fotografía Enrique Castro-Mendiola - Comunidad de Lamay

CONOCIENDO A NUESTROS USUARIOS DE SERVICIOS CLIMÁTICOS

CUSCO JUNÍN

¿QUÉ ESPERAN NUESTROS USUARIOS DE SERVICIOS CLIMÁTICOS?

El estudio que resumimos, se realizó en 2014 e intenta responder esa pregunta. Se aplicó en las regiones de Cusco y Junín a través de encuestas y entrevistas en profundidad a agricultores y tomadores de decisión.

DESCUBRIMOS QUE:

- Los tomadores de decisión valoran la información obtenida, pero necesitan que les sea entregada con más anticipación para programar actividades preventivas.
- Los agricultores son un enorme grupo de usuarios que está desatendido en términos de información climática. La que reciben por la radio, principalmente radio nacional, les es insuficiente.
- La comunicación interpersonal genera en ellos una mayor valoración de la información porque les permite despejar dudas y entenderla mejor.
- El conocimiento ancestral es aún altamente valorado y se complementa a la información científica que Senamhi genera.
- Existe mucho escepticismo, en general, acerca de la posibilidad de predecir el clima.

LO QUE PENSAMOS HACER A PARTIR DE LOS RESULTADOS ES:

- La radio es el medio más consumido por nuestro público potencial, y de ella, la radio local y comunitaria son espacios más cercanos a las poblaciones locales. Talleres para periodistas locales, así como la producción radial propia, pueden ser herramientas poderosas para la difusión de información climática.
- Boletín climático; en versión digital para ser enviado a los usuarios con conectividad e impreso en versión simple de bolsillo que pueda ser rápidamente difundida en las comunidades.
- Charlas periódicas; brindada por los observadores que trabajan para Senamhi en cada localidad, para grupos de agricultores en momentos clave de la campaña agrícola.

*** SERVICIOS CLIMÁTICOS:** La Organización Meteorológica Mundial (OMM) encabeza una iniciativa de las Naciones Unidas encaminada a mejorar y aumentar el acceso a la información climática y a los servicios operativos necesarios para hacer frente a las variaciones naturales del clima y al cambio climático debido a las actividades humanas, que están trayendo consigo una intensificación de los fenómenos meteorológicos, tales como las sequías, las olas de calor y las crecidas.

DATOS EN COMÚN

PRINCIPALES EVENTOS CLIMÁTICOS



HELADAS

En Junín hacen más daño que en Cusco, porque los cuzqueños han desarrollado mejores métodos para interpretar estos eventos y desarrollar tareas de prevención.



IMPACTOS NEGATIVOS

- + Quemado de follaje
- + Perjudica el normal desarrollo del cultivo
- + Efectos perjudiciales en la fructificación
- + Caída en la producción
- + Destrucción de cultivos
- + Enfriamiento de suelos

FRENTE A LAS HELADAS:

- 20%** **PREVISORES:** toman medidas antes de que se manifiesten los efectos devastadores de la helada. Ellos se dan el tiempo de realizar fertilización foliar, cubrir los cultivos con plástico, cambiar de cultivo y adelantar la cosecha para prevenir los efectos de la helada antes de que suceda.
- 57%** **REACTIVOS:** ejecutan rápido y de manera inmediata acciones paliativas tales como: humear, regar los suelos, resembrar, reventar cohetes y podar los cultivos.
- 23%** **PASIVOS:** no reaccionan, ni antes ni durante ni después de una helada. Este comportamiento se daría principalmente por creencias religiosas que los obliga a resignarse ante "la voluntad de Dios". También estaría relacionado con un análisis económico, es decir, cuando evalúan el costo-beneficio de hacer algo frente a una helada, encontrarían que es más barato "no hacer nada" porque el abono foliar o el plástico para cubrir sus cultivos les generaría mayores costos.



LLUVIAS INTENSAS

- + Huaycos
- + Inundaciones
- + Destrucción de producción agrícola
- + Aparición de plagas y enfermedades
- + Afectación de la calidad de productos

45% De los productores encuestados no identifica ninguna acción posible ante la amenaza de inundaciones.



GRANIZADAS

- + Pérdida de cultivos
- + Destrucción de frutos

La única estrategia utilizada es la explosión de cohetes con químicos que derriten el hielo de las nubes, pero deben ser lanzados antes de iniciado el evento.

Cusco y Junín comparten eventos climáticos y consecuencias similares de los mismos.

CUSCO



VERANILLO (OLAS DE CALOR)

Indicador visual
+NUBES DELGADAS CON FORMA DE PALOMITAS

Meses de ocurrencia
NOVIEMBRE DICIEMBRE

Acciones de mitigación para el mismo día
+REGAR LOS SUELOS

Acciones de mitigación preventiva (corto plazo)
+NO SE DECLARAN ACCIONES

Acciones de mitigación preventiva (mediano plazo)
+NO SE DECLARAN ACCIONES

Acciones de mitigación preventiva (largo plazo)
+MEDICINA PARA EL SUELO +TECHADO Y DRENAJE



LLUVIAS INTENSAS

Indicador visual
+CIELO NUBLADO +NUBES CARGADAS +LUNA INCLINADA

Meses de ocurrencia
OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE

Acciones de mitigación para el mismo día
+NO SE DECLARAN ACCIONES

Acciones de mitigación preventiva (corto plazo)
+NO SE DECLARAN ACCIONES

Acciones de mitigación preventiva (mediano plazo)
+NO SE DECLARAN ACCIONES

Acciones de mitigación preventiva (largo plazo)
+MEDICINA PARA EL SUELO +TECHADO Y DRENAJE

PERFIL DE PÚBLICO OBJETIVO:

Censo agrario - Perú 2012 - Fuente INEI

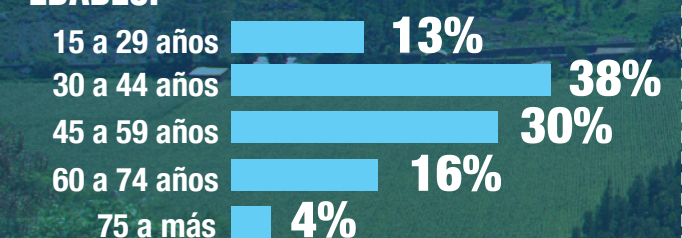


149,689 Productores | **83%** Lengua materna Quechua

El grueso de población llega solo a terminar la primaria y aún existe un gran número de analfabetismo.

34% de las mujeres son analfabetas

EDADES:



En su mayoría la familia está compuesta de 3 miembros, siendo una familia adulta y de pocos miembros, la mayoría declara que siempre siembra el mismo cultivo y que elige el cultivo de menor gasto. El **81%** declara que lo que produce no les alcanza para pagar su gastos, viéndose en la necesidad de realizar actividades alternativas a la agricultura.

Principales productos agrícolas

Produce el **9,6%** en todo el país
PAPA

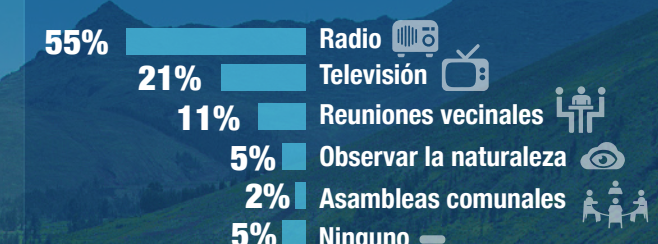


Produce el **22,7%** en todo el país
MAÍZ AMILACEO



Principal productor nacional

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA INFORMARSE DEL CLIMA

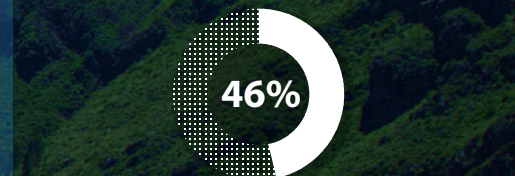


LOS ATRIBUTOS MÁS VALORADOS DE LA INFORMACIÓN CLIMÁTICA

- CONFIABLE
- DE CALIDAD
- PRECISA

TOMADORES DE DECISIÓN EN CUSCO

LOS ENCUESTADOS ASEGURAN QUE:



El **79%** de tomadores de decisión encuestados, **utiliza información de clima en sus actividades.** El **36%** recibe información de clima de 3 a más veces por semana y su **principal fuente de información es SENAMHI.**



EN EL PERÚ TENEMOS AÚN MUCHOS RETOS PENDIENTES

Todos los sectores sociales y económicos del país se ven afectados por el clima. Incorporar la información climática en sus procesos de toma de decisión, es el reto de todos. Siendo el SENAMHI la institución pública que genera información climática oficial para la población, mejorar los servicios que ofrecemos es nuestro deber.

WWW.SENAMHI.GOB.PE/CLIMANDES/?P=PUBLICACIONES

CLIMANDES
Servicios climáticos con énfasis en los Andes en apoyo a las decisiones



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra
Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación COSUDE