

Medidas y acciones para la gestión sostenible del agua y las aguas residuales en Lima y Callao

Nombre de la medida
AHORRO DE AGUA A TRAVÉS DE CAMPAÑAS MASIVAS DE DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN
Relación con descriptor(es) de los escenarios
F3: Consumo per cápita de agua disminuye G2: Pérdidas de agua disminuyen K2: Tratamiento y reuso de aguas residuales aumenta
Descripción de la medida/actividad
<p>Desarrollar campañas masivas de información y divulgación sobre el valor del agua para diferentes usos, el uso racional del agua en el hogar, en las instituciones públicas, y en las empresas del sector privado.</p> <p>Esta campaña podría ser liderada por la ANA con la participación de la MML, MINAM, SUNASS, SEDAPAL, dos gobiernos locales, la red Agua Segura, el PAS –WB, la UNI, UNALM</p> <p>Actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Desarrollo de mensajes claves o ideas fuerza sobre ahorro de agua en sus diferentes usos, con lenguaje y TIPS dirigidos para toda la población, priorizando estratos A y B (son los mayores consumidores de agua) 2) Producción y divulgación de Spots de TV y cuñas radiales por expertos en comunicación, sobre el valor del agua en nuestras vidas y como ahorrar agua en los hogares, empresas privadas, municipios, instituciones públicas. 3) Notas de prensa y entrevista con líderes de opinión en medios de comunicación masiva 4) Incorporación de actividades de comunicación y divulgación de ahorro de agua en los Planes Operativos de dos distritos de Lima: San Martín de Porres y Miraflores 5) (4) Talleres de capacitación a 100 líderes de ambos Distritos (50 por cada uno) en ciclo del agua, cambio climático y agua, importancia del agua en nuestras vidas, disponibilidad de agua en Lima.
Resultado esperado (indicador; por ejemplo % reducción de consumo, l/s agua captada o tratada)
10% de reducción del consumo de agua en 10 años
Posible inicio de la actividad (año)
En el 2013
Repetitividad de la medida (única/periódica/permanente)
Periódica : Durante tres años: seis campañas masivas anuales de información y divulgación para reducir el consumo de agua en sus diferentes usos
Tiempo estimado para obtener resultados (desde planificación hasta implementación)
5 años

Costos de implementación (USD/PEN por año/en total)		
<p>Costo de educación no formal comunitaria a nivel nacional: 35 dólares anuales x persona capacitada x 100</p> <p>Costo de campañas de divulgación masiva semestral por 3 años= 6</p> <p>Costo unitario por campaña aprox. 16,000 dólares (spot televisivo, radial, publicidad, comunicadores, periodistas)</p>		
Viabilidad política (hoy)*	Viabilidad política (hoy)*	Viabilidad política (hoy)*
Muy alta	Muy alta	Muy alta
Institución principalmente responsable para su implementación		
<p>ANA en alianza con MML, la ANA cuenta con una oficina de educación sobre agua y desarrolla campañas sobre la gestión del agua, la MML viene coordinando acciones para la instalación del Consejo de las tres cuencas hidrográficas de Lima con la ANA y ALA</p> <p>Esta medida con sus respectivas actividades y costo será presentada al grupo AGUA conformado por JICA, GIZ, Water for People, COSUDE y presidido por el PAS del Banco Mundial.</p>		
Necesidad de cooperación con los siguientes actores		
MINAM, SEDAPAL, RAS, ONGs		
Barreras/supuestos/riesgos para su implementación		
<p>Resistencia de población de sectores A y B</p> <p>Resistencia a cambio de hábitos en uso de agua</p> <p>Perdidas de agua en SEDAPAL se incrementan</p> <p>Tarifas mantienen subsidio plano</p>		
Experiencias/proyectos/iniciativas similares en el pasado		
<p>Exitosa campaña de lavada de manos promovida por M INSA, PAS-BM, MINEDU</p> <p>Campaña sobre importancia de agua y su uso racional por RPP, radio nacional</p> <p>Experiencias de educación comunitaria exitosa por ONGs: APDES, FOVIDA, CIDAP</p>		
Otros aspectos relevantes/comentarios		
Ficha elaborada por/fecha		
AA, 11 de Agosto 2012		

*muy alto/alto/medio/bajo/muy bajo (especificar si posible)