

FORMULARIO INFORME FINAL

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE PROYECTOS COVID-19

**Tipo de
proyecto:**

Investigación:

Extensión:

☒

Nombre de la propuesta: Desarrollo de plataformas tecnológicas que apoyen la reactivación económica para productores agrícolas de la zona de Cartago

Eje estratégico:

- ☒ Alimentos: Valor agregado a la producción Agropecuaria
- ☒ Salud y gestión del riesgo sanitario
- ☒ Bienestar social
- ☒ Reactivación de la economía nacional
- ☒ Ejes transversales de innovación y el de sostenibilidad

El proyecto se enmarca dentro de las líneas de investigación de la Escuela de Agronegocios de Emprendedurismo y Gestión, agropecuaria y agroindustrial y Producción Agroindustrial

Coordinadora: Ing. Marianella Gamboa – Murillo, MEd

Colaboradores:

Nombre	Correo	Escuela
Lic. Manuel Masís Jiménez, MBA	manuel.masis@tec.ac.cr	Escuela de Agronegocios
DI. Ivonne Madrigal Gaitán, MBA	imadrigal@tec.ac.cr	Escuela de Diseño Industrial
Ing. María Estrada Sánchez, MSc	mestrada@tec.ac.cr	Escuela de Computación

Estudiantes Asistentes:

Nombre	Escuela o área académica
Fernanda Soto	Agronegocios
María Alvarado	Agronegocios
Jimena Arce	Agronegocios
María Laura Camacho	Agronegocios
Rebeca Madriz Romero	Diseño Industrial
María del Mar Porras	Diseño Industrial
Lindsay Morales Bonilla	Ingeniería en Computación
María Paula Chaves Alvarado	Ingeniería en Computación
Juan Navarro Camacho	Ingeniería en Computadores

Resumen ejecutivo:

(Describa de manera breve el proyecto considerando los siguientes criterios: problemática atendida, sectores beneficiarios, estrategia de abordaje, productos obtenidos y lecciones aprendidas. Extensión máxima una hoja).

La propuesta consistió en brindar el apoyo tecnológico a grupos de agricultores y pequeñas industrias para incrementar la visibilidad de los productos cultivan procesan y comercializan por medio de plataformas digitales que permita una comercialización directa con el consumidor, apoyando la reactivación económica de los grupos de productores afectados en las zonas seleccionadas; estos grupos fueron seleccionados y sugeridos por personal de las Agencias de Extensión Agrícola del MAG, ubicadas en los distintos cantones.

Algunas de las organizaciones de productores tenían algunos pequeños avances en incursión en medios digitales como páginas personales de facebook o uso de correo electrónico, sólo una contaba con mayor nivel de incursión con página web y personal de tecnología para actualización de contenidos. Sin embargo, al realizar las entrevistas, no era posible el desarrollo de plataformas dada la brecha digital de las organizaciones por lo cual se requería primero de una alfabetización y apropiación digital que les brindara seguridad en el uso de herramientas digitales de visibilidad de sus productos promoviendo la integración a plataformas de ventas en forma más sencilla.

A partir de la Pandemia del COVID – 19, las distintas medidas tomadas por el gobierno, como el distanciamiento social, cierre de comercios y mercados y por ende, una temporada de bajo turismo, además de la restricción vehicular establecida que limitó la circulación tradicional incluso para comercializar. El caso de mano de obra extranjera también podía repercutir en algunas fincas de producción de hortalizas, entre otras.

Productores de hortalizas, especialmente de Cartago (distritos de Tierra Blanca y Llano Grande Turrialba, El Guarco, Paraíso, Pacayas y Oreamuno) se han visto afectados económicamente generando graves implicaciones para este sector sin posibilidad de poder interactuar de forma tradicional con la población que consumía sus productos, además de la problemática asociada al sector de la comercialización, por lo que ante esta situación, es primordial habilitar nuevos canales de mercadeo incluyendo mecanismos por medios digitales para apoyar estas poblaciones.

Por lo tanto, este proyecto pretendió colaborar con dichos productores en la alfabetización y apropiación digital, con la capacitación y ayuda para la implementación del uso de plataformas tecnológicas ya existentes para mejorar su comercialización y, lograr desarrollar habilidades que permitan mostrar sus productos, conectando más fácilmente con los consumidores. En total se realizaron 7 talleres de capacitación, 24 videos, cuentas empresariales de facebook e instagram para 7 organizaciones, así como cuenta de correo electrónico en Gmail, uso de drive y materiales en los que se incluye la guía para la creación de material gráfico con CANVA y 9 logos para estos procesos que además fueron entregados a las organizaciones para su consulta y uso permanente.

Cuadro de alcance de objetivos:

(A partir de la planificación propuesta en el proyecto, complete el siguiente cuadro)

Objetivo específico	Actividades ejecutadas	Productos obtenidos
Contactar a las organizaciones, dar a conocer los posibles alcances del trabajo a realizar	Contacto con organizaciones.	Datos de las 9 organizaciones, detalle de su trabajo y aspectos del entorno del agronegocio (ver listado en detalle de productos obtenidos), capacidad de venta, productos a exponer y publicaciones en las plataformas digitales seleccionadas.
	Entrevistas para conocer interés en acceder a productos digitales para comercializar sus productos.	
	Levantamiento de requerimientos y necesidades de los usuarios	Lista de necesidades de las organizaciones.
	Revisión de la información disponible.	Información disponible brindada sobre marca, logos y fotografías para entender sus actividades agrarias. Resultados de cuestionario sobre acceso a medios digitales.
	Reuniones para búsqueda de roles y tareas de los productos digitales y al menos 2 personas más de cada organización para capacitación por cada con apoyo de asistentes	Listado de personas de apoyo adicional a la persona contacto por cada organización.
	Trabajo colaborativo (con Juntas Directivas o encargados) para sugerir propuesta digital y desarrollo de marca.	Aprobaciones de las juntas directivas de cada organización de los diferentes avances del proceso de diseño y visto bueno para uso de cuentas empresariales de herramientas seleccionadas.
Gestión del desarrollo de propuestas para cada grupo	Reuniones de coordinación para analizar las posibles	Logos de 9 organizaciones

	mejoras de los logos y/o propuestas de estos.	Mejoras en el manejo de los productos digitales tales como: Uso de plataformas como Drive, Gmail, Facebook e Instagram
	Reuniones con cada organización para definición de personas a capacitar, productos a promover y plataformas digitales de interés	Listado de personas a capacitar Listado o fotografías de productos a promover Listado de plataformas de interés, la mayoría identificó a Facebook, Instagram y el correo electrónico como lo más escuchado a nivel personal o familiar, ninguna a tipo empresarial
	Investigación y gestión del Desarrollo de productos Digitales para cada grupo	Identificación y clasificación en 3 niveles de brecha digital según los conocimientos en estos temas por parte de las personas de las organizaciones. Esto gracias a las entrevistas y recolección de información realizadas por el equipo de agronegocios y diseño, analizadas posteriormente con las personas asistentes e investigadora participantes de la Escuela de Ingeniería en Computación Reconocimiento y ajuste a la realidad sobre las brechas presentes dado que no es conveniente el desarrollo de nuevas tecnologías sino capacitar y alfabetizar digitalmente a estas organizaciones Estrategia para generar capacitador de capacitadores en cada organización. Herramientas elegidas entre las más utilizadas para la

		reactivación económica a raíz de la pandemia
	Mejoras en aspectos técnicos de los productos seleccionados para comercializar (por cada organización)	Las organizaciones remiten correos, almacenan en el drive y realizan publicaciones en sus redes sociales
Alfabetización y capacitación a productores (virtual) sobre los productos digitales seleccionados	Elaboración de materiales para la capacitación virtual	Listado de los contenidos Presentación general para capacitación. 12 videos cortos para gestión de correo electrónico, google drive, facebook e instagram (perfiles empresariales) desde dispositivos móviles. 12 videos cortos para gestión de correo electrónico, google drive, facebook e instagram (perfiles empresariales) desde computadoras.
	Manuales de uso	Elaboración de 24 videos cortos para que la capacitación fuera más fluida dadas las limitaciones de ancho de banda y de tiempo con los que contaban las personas de las organizaciones. Además les queda de consulta permanente y además compartirlos con otras personas y así incrementar las capacidades digitales.
	Capacitación virtual a los grupos y aprobación de los logos, cuentas y uso de perfiles empresariales digitales	6 Talleres vía digital 1 presencial Ver detalle en el apartado de capacitación.

	Paquete digital con información general y específica para cada organización	Entrega de 1 llave maya a cada organización con los materiales elaborados, vistos en las capacitaciones y los datos de las cuentas empresariales de cada una.
--	---	---

Sectores beneficiarios de los resultados:

La población meta se compone de los grupos organizados de productores por cada cantón mencionado:

Cantón	Grupo	Caracterización de los productores
Cartago, Tierra Blanca	Asociación de Parceleros del Irazú (ASOPAI)	Organización de productores jóvenes, que están haciendo productos mínimamente procesados, ya tienen un estudio de mercado, compraron equipos y están terminando de equipar la planta para comercializar sus productos. Todos son agricultores y esperan procesar en valor agregado sus productos de segunda para lograr mayor alcance de mercado
Cartago, Tierra Blanca	Asociación de Agricultores de la Zona Norte de Cartago (ASOCAGRI)	Organización de productores que comercializa insumos para la producción agrícola, sirven de apoyo a sus afiliados con el trámite de pago del Seguro Social y alquilan equipo agrícola para productores de la zona
Turrialba Tres Equis	Comunidades Organizadas por Mujeres Emprendedoras y Trabajadores Agrícolas (COMETA)	Organización de productoras que cultiva y comercializa productos cultivados por sus asociadas (mayoritariamente culantro coyote y maracuyá) Esperan en el corto plazo poder hacer productos de valor agregado.
Turrialba	Finca TVA *	Organización que tiene una finca de producción de huevo, tienen cerca de 3500 gallinas, le vendían a las escuelas, pero al momento de la pandemia tienen que buscar nuevos mercados
Turrialba	Microbeneficio Naturalba**	Organización que cosecha, chanca y tuesta café y produce también cacao (junto con los correspondientes sub productos)
Oreamuno, Cot	Centro Agrícola Cantonal de Oreamuno	Organización de productores maneja Ferias del Agricultor (Villas de Ayarco, El Molino y San Rafael de Oreamuno), brindan carnets a los agricultores para que comercialicen en la feria, sirven de apoyo a sus afiliados con el trámite de pago del Seguro Social y alquilan equipo agrícola, especializado para salvaguardar el suelo, para productores de la zona

Cartago, Tierra Blanca	CoopeHorti Irazú	Cooperativa de productores que cultiva y comercializa productos cultivados por sus asociados (mayoritariamente cebolla, papa y zanahoria, ajo, membrillo)
Cartago, Tierra Blanca	Mermeladas de Membrillo	Empresa familiar que cultiva membrillo y realiza los procesos de valor agregado (mermeladas y bocadillos) También tienen otros cultivos que comercializan.
Cartago, Santa Cruz de Turrialba	Lácteos Santa Cruz	Empresa Familiar que acopia, distribuye y vende quesos de varios productores de la zona de Santa Cruz.

Los grupos de productores son en su mayoría de producción primaria y algunos con valor agregado.

* No fue posible avanzar con esta organización dado que solicitaban que todo fuera presencial y por la pandemia no estaban autorizadas las giras.

**En menor grado dado que la organización cuenta con personal de apoyo tecnológico, solo requerían sugerencias para actualización de contenidos en la web.

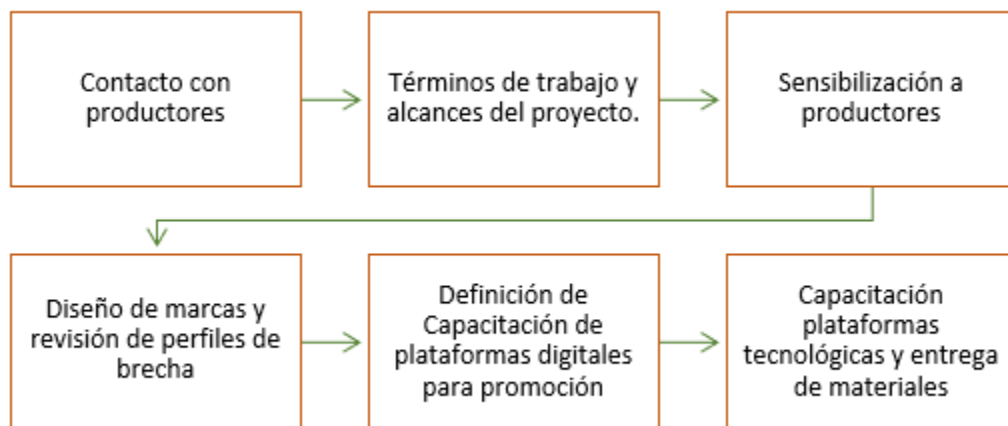


Figura 1 Esquema de trabajo realizado con las organizaciones involucradas en el proyecto

Rediseño de marcas

Resumen de la elaboración o renovación de imagen de cada organización para su actualización o incursión nueva en medios digitales

1. Asociación de Parceleros del Irazú (ASOPAI)



El logo actual presenta problemas con elementos de tamaño y detalle de los elementos, así como la complejidad de la lectura.



Se les presentan dos opciones de logo, donde se selecciona esta propuesta como ganadora. Actualmente se está preparando un paquete de elementos de diseño alrededor de esta propuesta.

2. Asociación de Agricultores de la Zona Norte de Cartago (ASOCAGRI)



El logo actual presenta problemas con elementos de tamaño muy pequeño, muchos detalles en los elementos que lo forman, e impide la lectura del eslogan.



Se presentan 4 propuesta de logo, donde resulta ganadora la opción mostrada, sin embargo solicitaron un cambio en los elementos con forma de planta, ya que requieren que estos sean hojas de remolacha y papa.

3. Comunidades Organizadas por Mujeres Emprendedoras y Trabajadores Agrícolas (COMETA)



El logo actual presenta problemas ya que es una imagen de internet de baja calidad, el brillo en la tipografía complica la lectura y los elementos son poco representativos del proyecto.



Se presentan varias opciones, pero son rechazadas, el emprendimiento quiere mantener la flecha color verde pero agregando como elemento del logo un rollo de culantro coyote.

Este emprendimiento aún se encuentra en proceso de selección y aprobación

Propuestas actualizadas presentadas al grupo.



Retroalimentación recibida por el grupo basados en la opción #3



Contrapropuesta



4. Microbeneficio Naturalba*



En el caso del emprendimiento Naturalba, ellos querían mantener su logo, por lo que se hicieron mejoras pequeñas con el fin de simplificar el diseño y que resalten mejor los detalles del grano de café y la planta.

5. Centro Agrícola Cantonal de Oreamuno (CAC)

No poseían logo que identificara la marca u organización para poder ser identificados digitalmente.



Se les presentan varias opciones donde se elige trabajar una propuesta que contemple cebollas, tomate, papa, productos típico de la zona.

Este emprendimiento aún se encuentra en proceso de selección y aprobación.

6. CoopeHorti Irazú



Este logotipo cuenta con la construcción correcta y fue trabajado por una diseñadora.



Por este motivo se trabajaron los árboles para diferenciarlo un poco de los utilizados en los logotipos de cooperativismo.

7. Mermeladas de Membrillo

No poseían logo que identificara la marca u organización para poder ser identificados digitalmente.



Se presentaron varias propuestas y se eligió esta como definitiva, solo se encuentra en proceso de pruebas de color. Y exploración con otros elementos de la marca.

8. Lácteos Santa Cruz

No poseían logo que identificara la marca u organización para poder ser identificados digitalmente.



Se presentaron varias propuestas y se eligió esta como definitiva, solo se encuentra en proceso de pruebas de color. Y exploración con otros elementos de la marca.

Evoluciones de las propuestas de diseño seleccionadas de los logos.

El rediseño de las propuestas anteriores es el resultado de varias sesiones de desarrollo, diseño y reuniones con los productores para generar cambios y mejoras en la propuesta hasta la culminación con un resultado satisfactorio tanto para ellos como el nivel de diseño requerido por los coordinadores.

Evolución Logo Selecto Lácteos Santa Cruz



Evolución Logo Selecto Mermeladas de Membrillo



Evolución Logo Selecto Finca TVA



Propuesta Inicial



Propuesta Final

Evolución Logo Selecto Naturalba



Propuesta Inicial



Propuesta Final

Además de someter las propuestas a un proceso reiterativo de retroalimentación y cambios o variaciones en las propuestas finales, también se generaron en las primeras etapas propuestas alternas para permitirle a los productores escoger entre una variedad de diseños y se les permitió seleccionar los más afines a su marca.

Propuestas alternas Lácteos Santa Cruz



Propuestas alternas CoopeHorti



Propuestas alternas Mermeladas de Membrillo



mago
Mermeladas de Membrillo

Propuestas alternas Naturalba

 **Naturalba**

 **Naturalba**

Desarrollo de guías de uso de aplicaciones web y móviles para el desarrollo de material gráfico con las respectivas marcas diseñadas.

Se generó un material digital en formato de documento con la guía de uso de aplicaciones de diseño multiplataforma e intuitivas para brindarle autonomía en cuanto a la generación de material gráfico para redes sociales a las diversas organizaciones. Además que este sirva como un insumo de consulta en cualquier momento.

Se procuró que este material sirva de base para potenciar el uso de las marcas, por lo que se abordaron los siguientes temas:

- ¿Cómo acceder a la plataforma desde diversos dispositivos?
- Explicación rápida y sencilla de la interfaz de la aplicación
- Creación de imágenes con fotografías y la marca
- Creación de imágenes de texto con la marca
- Creación de imágenes con fotografías, texto y la marca

La finalidad de este material al ser grabado en las llaves mayas que se entregarán a cada productor, asimismo, de ser posible su distribución en medio físico impreso para facilitar el seguimiento en la pantalla, una vez otorgados los recursos respectivos.



Guía para Creación de Material Gráfico **Aplicación de Diseño: Canva**

¿Qué es Canva?



Canva es una **herramienta de diseño** que nos permitirá crear imágenes personalizadas de forma sencilla y accesible.

Logo de Canva



Tiene página web, lo que nos permite usarla desde la **computadora**.

[Toca aquí para ir a la página web](#) o también escribe en el buscador de Google "Canva".



Al igual que una aplicación móvil, para usar desde el **celular**.

[Toca aquí para ir a la aplicación móvil](#) o busca en PlayStore o Appstore "Canva" y descarga.

Ejercicio

Realizaremos **tres ejemplos** para crear diferentes tipos de contenido gráfico.



Imagen de texto con el logo



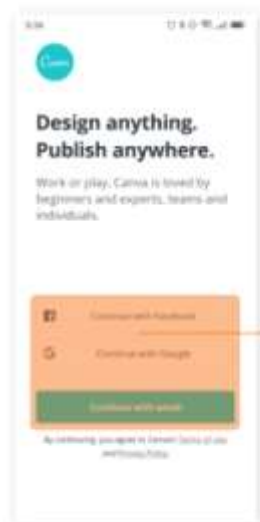
Fotografía con el logo



Fotografía con el logo y texto

Cabe destacar que cada ejercicio cuenta con el paso a paso del ejercicio y una señalización de la interfaz para facilitar la recreación del tutorial.

Registro en la Aplicación



1. Abre la aplicación y crea una **cuenta**.



2. Toca el **botón morado** en la esquina inferior derecha con un "+" para crear un nuevo diseño,

El acceso al material completo se adjunta a continuación en el siguiente link:
https://drive.google.com/file/d/1BZEO0RG_9t4MTZL9JR7z8GOnCkabDY1O/view

Capacidades digitales		
Agrupación de organizaciones según brecha identificada en conocimiento digitales y uso de estos medios para comercializar sus productos		

Grupo /organización	Brecha identificada	Uso medios digitales
Lácteos Santa Cruz Finca ATV Mermeladas Membrillo Cometa CAC	Nivel 1. Los emprendimientos en esta categoría requieren una capacitación previa a la propuesta en el nivel 02, ya que primero deben conocer el funcionamiento de la red social y de los dispositivos que poseen, antes de capacitarlos en temas de manejo de marca y contenido para redes sociales.	• No poseen página de “Me gusta” en Facebook o alguna red social asociada al emprendimiento. • Tiene un conocimiento bastante limitado del uso y manejo de las redes sociales y/o dispositivos tecnológicos (tabletas, computadora o teléfono inteligente). • Realizan publicaciones no relacionadas al emprendimiento o de índole personal en las redes sociales de este.
Asopai CoopeHorti Asocagri	Nivel 2. Los emprendimientos ya pueden iniciar una capacitación en principios básicos de diseño para la creación de contenido, además del aprendizaje de una aplicación móvil para creación de contenido de manera más atractiva. Y una pequeña capacitación en fotografía de producto realizada con celular.	• Cuentan con página de “Me gusta” en Facebook y otras redes sociales. • Tiene un conocimiento básico de cómo realizar publicaciones nuevas y compartir contenido importante. • Realizan publicaciones que van acorde con lo que hace el emprendimiento.
Naturalba	Nivel 3. Solicitaron únicamente apoyo en la creación de material impreso (tarjetas de presentación), ya que cuentan con un diseñador encargado del manejo de las redes sociales.	• Cuentan con página de “Me gusta” en Facebook y otras redes sociales. • Tiene un conocimiento de cómo realizar publicaciones nuevas y compartir contenido importante. • Realizan publicaciones que van acorde con lo que hace el emprendimiento y de manera constante.

		• Expresaron no necesitar capacitación en temas de marca y diseño.
--	--	--

Propuesta para el manejo de redes sociales

Se creó una propuesta para unificar el posicionamiento de estas organizaciones dado que la mayoría contaban con un conocimiento básico de medios digitales.

Para ello se realizaron reuniones con cada organización para plantear la propuesta e indicar que se requería:

- Aprobación del uso de las cuentas empresariales creadas para redes sociales.
- Informar del nombre del contacto principal y de 2 personas más para ser capacitadas para el uso de manejo de las redes sociales empresariales y correo electrónico.
- Indicar posibles fechas de capacitación según su disponibilidad. El equipo extensionista se adecuó a cada organización.

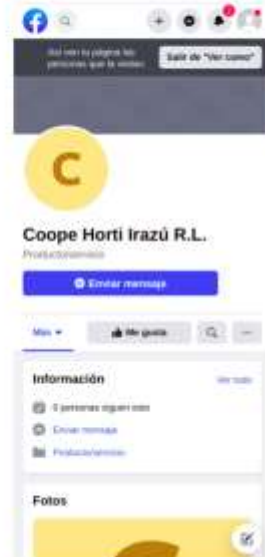
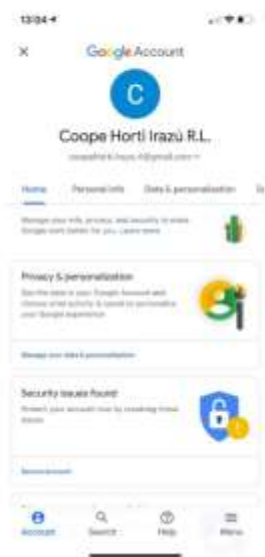
Cabe mencionar que todas las propuestas y cuentas fueron creadas por las personas participantes de Ingeniería en Computación, computadores y aprobadas por las juntas directivas respectivas.

Propuesta para unificar posicionamiento

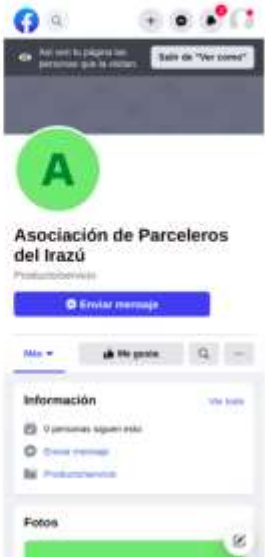
- Utilización de plataforma GMAIL de Google
- Es una cuenta personal **gratuita**
- Posibilidad de utilizar, de manera **gratuita**, un perfil empresarial
- Destacar en búsquedas de google y mapas
- Cuentas empresariales, gratuitas en Facebook e Instagram



CoopeHorti



ASOPAI



CAC



Mermeladas Membrillo



COMETA



ASOCAGRI



Capacitación tecnológica

Una vez obtenidas las aprobaciones de las juntas directivas de las organizaciones, se calendarizan las capacitaciones y se brindaron en su mayoría a través de la plataforma ZOOM, detalles sobre las plataformas a través de las cuales aprobaron iniciar a comercializar e irse posicionando en medios digitales.

Esta capacitación se brindó para manejo desde dispositivos móviles como para computadoras portátiles o de escritorio, los videos y presentaciones fueron elaborados con formatos brindados por diseño y contenidos de computación con visto bueno de la coordinación y demás personas participantes de Agronegocios:

Uso de tecnologías desde dispositivos móviles

Teléfonos o tabletas



Capacitación - uso de cuenta gmail

Actividades desde dispositivo móvil (teléfono):

1. Acceso a cuenta de gmail
2. Revisión de correo
3. Redactar o responder correo
4. Acceso al drive (espacio para tener archivos, imágenes, etc)
5. Cargar archivos al drive



Capacitación- cuenta instagram

Actividades desde dispositivo móvil (teléfono):

1. Acceso a Instagram
2. Revisar notificaciones
3. Revisar y responder mensajes
4. Editar información de la cuenta



Capacitación- cuenta facebook empresarial

Actividades desde dispositivo móvil (teléfono):

1. Acceso a cuenta de facebook empresarial
2. Revisar notificaciones y responder mensajes
3. Editar información de la cuenta



Uso de tecnologías desde computadoras

portátiles o de escritorio



Capacitación - uso de cuenta gmail

Actividades desde computadora:

1. Acceso a cuenta de gmail
2. Revisión de correo
3. Redactar o responder correo
4. Acceso al drive (espacio para tener archivos, imágenes, etc)
5. Cargar archivos al drive



Capacitación- cuenta instagram

Actividades desde computadora:

1. Acceso a Instagram
2. Revisar notificaciones
3. Revisar y responder mensajes
4. Editar información de la cuenta



Capacitación- cuenta facebook empresarial

Actividades desde computadora:

1. Acceso a cuenta de facebook empresarial
2. Revisar notificaciones y responder mensajes
3. Editar información de la cuenta



Cabe mencionar que en cada apartado de la capacitación, se iba realizando paso a paso con las personas y aclarando dudas que se presentaran. Al final también se abrió un espacio adicional de consultas y se dejó abierto un canal de comunicación vía Whatsapp para información, consultas, observaciones o prácticas posteriores:

consultas, observaciones y práctica:

Escribir correo a:

Vía whatsapp:



Organizaciones según estado de capacitaciones brindadas, creación de cuentas

Los materiales digitales ya se encuentran listos y disponibles

Grupo /organización	Capacitación	Observaciones
Nivel 1		
Lácteos Santa Cruz	pendiente	No se ha podido agendar por agenda de la organización, materiales listos
Finca ATV	No aplica	No aplica
Mermeladas Membrillo	se programó digital pero quedó pendiente	A espera de reprogramación debido a una situación de salud de las personas de la organización.
Cometa	digital	Vía Zoom, gestionado por la coordinadora del proyecto Marianella Gamboa, sus asistentes e impartida por participantes de Computación. Incompleta la sesión sincrónica debido a problemas de conexión de la organización, se le remitieron los materiales pendientes de la sesión e indicaron estar satisfechos con lo atendido..
CAC	digital y presencial	Capacitación 1: Vía Zoom, gestionado por la coordinadora del proyecto Marianella Gamboa, sus asistentes e impartida por participantes de Computación Capacitación 2: Asistieron la coordinadora del proyecto Marianella Gamboa de Agronegocios, Ivonne Madrigal de Diseño Industrial y Rebeca Madriz asistente de diseño.

		
Nivel 2		
Asopai	digital	Vía Zoom, gestionado por la coordinadora del proyecto Marianella Gamboa, sus asistentes e impartida por participantes de Computación
CoopeHorti	pendiente	No se ha podido agendar sesión sincrónica, materiales listos
Asocagri	pendiente	No se ha podido agendar sesión sincrónica, materiales listos
Nivel 3		
Naturalba	No aplica	No aplica

Ver videos y materiales en:

<https://drive.google.com/drive/folders/1AXiGRlbpUnSaISSXbvdDyU7YhuDZ2jUF>

Ejecución presupuestaria:

Monto Asignado: 3 720 000,00

Monto ejecutado: 2 748 800

Justificación: El monto pendiente de ejecución se da por los problemas relacionados con la pandemia de COVID 19, ya que parte del presupuesto se destinaba para giras (que nos permitían conocer la realidad de los agricultores y realizar con ellos los acercamientos para poder diseñar los logos)

Valoración general de los resultados obtenidos

Haga una valoración general de los efectos del proyecto sobre los sectores beneficiarios, así como conclusiones y recomendaciones como equipo ejecutor del proyecto o si logró la finalización del producto que ofreció.

- El proyecto alcanzó los objetivos propuestos en un alto porcentaje, a pesar de que no fue posible tener acceso presencial con las organizaciones. Con algunas hubo inconvenientes de comunicación o de salud que postergaron la conclusión del proceso.
- Posterior al análisis de la información suministrada por las organizaciones sobre su interés y conocimientos digitales, se identificó la presencia de una gran brecha tecnológica, por lo que se prioriza la identificación de herramientas digitales ya existentes más utilizadas durante la pandemia para reactivación económica para procurar alcanzar los objetivos de alfabetización y capacitación a estos productores y que se permitieran dar un primer paso digital o bien actualizar sus contenidos o hacer uso de modalidad empresarial.
- Se optó por estrategia visual y capacitación según perfil, con la ayuda de videos, plataforma Zoom, audios que consumieran el menor ancho de banda posible por las condiciones con las que contaban las personas contacto de las organizaciones.
- Se crean videos de cada parte de la capacitación de las redes seleccionadas, para hacer uso más eficiente del tiempo de la sesión, dejar como material permanente de consulta y además para potenciar que sean compartidos con otras personas de estas organizaciones y así potenciar la alfabetización digital en espacios de pequeños agricultores.
- Es importante tomar en cuenta los plazos de las juntas directivas para valoración, análisis, aprobación de los distintos abordajes tecnológicos dado que son temas fuera del cotidiano de sus agendas y es razonable y oportuno que se tomen su tiempo para analizar los pros y contras de las propuestas.
- El tema de propiedad intelectual es un gran pendiente que les surgió a algunos productores con respecto al trabajo de diseño elaborado para sus representadas.
- Reconocer realidades en medio de la pandemia, permite que el equipo aporte a estas poblaciones, pero además se sensibilicen al respecto, la lateralidad sin duda debe continuar siendo un pilar de la extensión para poder lograr la apropiación de los procesos contruidos en conjunto con cada una de las personas y las organizaciones.

Se considera que es importante mantener este tipo de procesos de apoyo a los pequeños productores como algo permanente de parte de la Institución, el trabajo en equipo entre áreas tan particulares como Agronegocios, Diseño y Computación son opciones que pueden ayudar mucho a los productores para crecer y mejorar sus procesos de comercialización dado que ellos por lo general no cuentan con acceso a espacios que les brinden este tipo de apoyos y que pueden potenciar el alcance de divulgación y mejorar la economía de estas.

22 DE JUNIO 2021 Fecha de entrega	Firma de coordinador
---	--