



RESUMEN.

En la primera parte de este trabajo, se documenta un análisis descriptivo sobre el MAGAP, para luego enfocar el Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible (CADERS), el cual se complementa con investigaciones teóricas sobre la conformación del grupo CADERS, funcionabilidad y beneficios que presenta a la colectividad en calidad de generador de proyectos sustentables. Con el propósito de receptar la mayor información posible, se llevó a cabo una investigación de campo en las principales comunidades beneficiarias del Proyecto CADERS, abarcando la zona del Austro en general, lo cual permitió posteriormente, cualificar y cuantificar las posibles causas del desconocimiento de la página web del proyecto CADERS.

La investigación de mercado describe el método seguido en este estudio, mediante la utilización de entrevistas a profundidad y la realización de encuestas aleatorias a los miembros de las distintas comunidades. Dicho estudio que es de carácter descriptivo, analiza la situación actual de la página, describe las variables comunes de una página web, y plantea una posible modificación, con pautas marcadas, empleando diferentes metodologías aptas para el fácil



manejo y entendimiento de la pagina web, con el objeto de facilitar la interacción entre CADERS y su grupo objetivo.

El marco teórico, en su contexto teórico, parte de lo general a lo específico, por tal motivo, se describe brevemente la situación actual de la agricultura en nuestro país, el MAGAP, CADERS, y las Asociaciones beneficiarias, enfatizando en los detalles que son realmente relevantes como son: historia, formación, requisitos, beneficios etc.; no se puede estudiar los géneros digitales sin comentar el contexto en que se ubican, por tal motivo se incluye en este capítulo una breve historia de la red de redes, destacando la importancia de la informática en el mundo de los negocios; para luego documentar, sobre la creación, los usos y beneficios que presta la página web del Proyecto CADERS, pasando por los aspectos más importantes de la revisión de la pagina.

En resultados y discusión.- la evaluación de los resultados se analiza en base al porcentaje de participación de los miembros de las asociaciones beneficiarias del CADERS, observando el número de beneficiarios que desean participar en las entrevistas a profundidad, de igual forma, por medio de la entrevista, se obtuvo una valoración de cada uno de los grupos, en los cuales se observa su grado de satisfacción y motivación como parte de este estudio.



Por último, se muestran los datos alcanzados de la tesis, y los resultados obtenidos de la encuesta que se les realizó a cada uno de los grupos focales.

Conclusiones y recomendaciones.- Las conclusiones se desprenden de los resultados de la encuesta realizada a los miembros de los grupos focales. Se describe la correlación entre los miembros participantes y los resultados obtenidos de la encuesta, así mismo se explica la preferencia por parte de los miembros y las razones de su elección.

Por último, para la elaboración de la propuesta se analizó y valoró las respuestas de los miembros, el planteó el mejoramiento y la utilización de la página de Cadars como método de interacción, mediante capacitación a los grupos focales, e inversión en tecnología para tener los materiales necesarios al alcance del grupo objetivo.

PALABRAS CLAVES: Asociatividad, competitividad, innovación tecnológica, Internet, páginas web, interactuar.



ABSTRACT.

In the first part of this work, we document a descriptive analysis on the MAGAP, then we focus on the CADERS Project, which is complemented by theoretical research on the formation of the CADERS group, functionality and benefits to the community presented as generating sustainable projects with the aim of receptive much information as possible, was conducted a field research on major beneficiary communities of the CADERS Project, covering the area of the south in general, which will allow us then to qualify and quantify possible causes that generate the lack of CADERS project's website.

In the market research process, it describes the method used in this study using depth interviews and random surveys to members of various communities that study is descriptive, which analyzes the current situation page describes the common variables of the website, and refers to a possible change in approach, with guidelines set by using different methodologies suitable for easy handling and understanding of the web page in order to facilitate interaction between CADERS and your target group.

The theoretical framework deals with the theoretical context, starting from general to specific, accordingly, is



reflected a little information about the current situation of agriculture in our country, the MAGAP, CADERS, beneficiary associations, emphasizing the details which are really relevant, such as: history, education, requirements, benefits and so on.-you can not study the digital genres without mentioning the context in which they are located, for this reason has been included in this chapter a brief history of the network, highlights the importance of information technology in the business world, and then document on the creation, uses and benefits provided by the CADERS Project website, through the most important where it is channeled from the thorough review of the site.

Results and discussion .- In evaluating the results achieved, by the percentage of participation of members of CADERS beneficiary associations, noting the number of beneficiaries who wish to participate in depth interviews, the same way, through of the interview, you get an assessment of each of the groups, which shows the degree of satisfaction and motivation of each group that is part of this study.

Finally, the data show achieved the thesis, and the results obtained in each of the focus groups on the survey that we carried.

Conclusions and recommendations in this section presents the conclusions drawn from the results of the survey to



members of the focus groups discussed the correlation between the participating members and the results of the survey, explains the preference for members and the reasons for their choice.

Finally, for the preparation of the proposal is analyzed and assessed the responses of members, the improvement approach and use of Cadars webpage as a method of interaction, through focus group training, investment in technology to determine the scope the target group the necessary materials.

KEYWORDS: Associative, competitiveness, technological innovation, Internet, web pages, interact.

INDICE

INTRODUCCION.	20
Planteamiento del problema	21
OBJETIVOS	23
OBJETIVO GENERAL.....	23
Objetivos específicos.....	23
Antecedentes para la formulación de la hipótesis.....	23
Hipótesis.....	24
MARCO TEÓRICO.....	25
CAPITULO 1	29



Historia del MAGAP Y CADERS	29
1.1MAGAP	29
1.1.1 Misión del MAGAP	30
1.1.2 Funciones del MAGAP.	30
1.1.3. Antecedentes de creación del CADERS por parte del MAGAP.	31
1.1.4. Marco institucional y legal para la ejecución del proyecto CADERS.	31
1.1.4.1.- Nivel político de apoyo.	32
1.1.4.2. Nivel ejecutivo.....	33
1.1.4.3.- Nivel operativo de ejecución.....	34
1.2. El CADERS como unidad de gestión.	35
1.2.1. Misión del CADERS.....	35
1.2.2 Visión del CADERS.	36
1.2.3 <i>Objetivos del proyecto CADERS.</i>	36
1.2.3.1 Objetivo general del CADERS.	36
1.2.3.2. Objetivos específicos del CADERS.	36
1.2.4. Beneficiarios del Proyecto CADERS.	37
1.1.1 Cobertura del Proyecto CADERS.	38
1.2.5. Selección de cadenas a financiar por parte del Proyecto CADERS.....	39



CAPITULO 2.	41
Metodología de trabajo del Proyecto CADERS.....	41
2.1. Requisitos para la presentación de propuestas del CADERS.....	41
2.2. Cofinanciamiento por parte del CADERS.....	43
2.3. Metodología para evaluación de proyectos presentados al CADERS.	43
2.4. Metodología de calificación.	45
2.5. Arreglos para desembolsos.....	46
CAPITULO 3.	52
Público objetivo del CADERS.	52
3.1. Asociaciones.	52
3.1.2. Criterios de conceptualización de Asociación. .	52
3.1.3. Características de las asociaciones.	53
3.1. 4. Tipos de asociaciones.	54
3.1.4.1. Gremio.	54
3.1.4.2. Federación.	55
3.2. Organizaciones Campesinas.....	56
3.2.1. Clases de Organizaciones.....	57
3.2.1.1. Organizaciones de Primer Grado:.....	57
3.2.1.2. Organizaciones de Segundo Grado:.....	57
3.2.1.3. Organizaciones de Tercer Grado.....	57



CAPITULO 4	58
Nuevas tecnologías.....	58
4.1. Tecnologías existentes.....	58
4.2. Tecnologías de información.	59
4.3. Papel de la tecnología en el desarrollo.	59
4.4. Creación del internet.	60
4.5. Historia de Internet.	62
CAPITULO 5.	64
La Pàgina web actual del proyecto CADERS	64
5.1. Objetivo de la unidad de comunicaciòn del proyecto CADERS.....	64
5.2. Plan Estratégico de Comunicación del proyecto CADERS.....	64
5.3. Pagina web del CADERS.....	65
5.3.1. Página de inicio.	66
5.3.2. Página secundaria.	67
5.3.3. Página de contactos.	68
5.3.4. Página de Convocatoria.	69
5.3.5. Cuadro de formularios.	70
CAPITULO 6.	71
Investigaciòn de mercados.	71



6.1. Materiales, Métodos usados y aplicados en la investigación.....	71
6.2. Materiales Empleados.....	71
6.2.1. Recursos humanos.....	71
6.2.2. Recursos físicos de campo.....	72
6.2.3. Recursos de oficina.....	72
6.3. Diseño de la investigación de mercados.....	72
6.3.1. Necesidades:.....	73
6.3.2. Objetivos:.....	73
6.5. Población y muestra.....	74
Capitulo 7.....	77
7.1 Resultados y Discusión.....	77
CAPITULO 8.....	125
8.1.1. Introducción.....	125
8.2 FODA.....	126
8.2.1 Fortalezas:.....	127
8.2.1.1 Conocimiento de las necesidades del grupo objetivo.....	127
8.2.1.2 Acercamiento con los beneficiarios.....	128
8.2.1.3 Reducción de tiempo en los trámites.....	128
8.2.1.4 Fluidez y mejoramiento en los procesos de comunicación.....	128



8.2.2 Debilidades:	129
8.2.2.1 Dependencia de la tecnología.....	129
8.2.2.2 Propensos a los infaltables fallos tecnológicos	129
8.2.2.3 Fuga de información.	129
8.2.2.4 Poca utilización del internet.	129
8.2.3 Oportunidades.	130
8.2.3.1 Ventaja sobre la competencia.....	130
8.2.3.2 Tecnologías avanzadas.	130
8.2.3.3 Personal capacitado.....	130
8.2.3.4 Predisposición por parte de los beneficiarios.	131
8.2.4 Amenazas.	131
8.2.4.1 Edad de los beneficiarios.	131
8.2.4.2 Que el entorno externo ante el cambio desista de la utilización de la página web.	132
8.2.4.3 Costo de inversión.	132
8.3 Objetivos del programa de capacitación.	132
8.3.1 Objetivo General:.....	132
8.3.2 Objetivos Específicos:	133
8.4. Público Objetivo.....	133
8.5 Filosofía del proyecto.	134



8.5.1 Visión	134
8.5.2 Misión.....	134
8.5.3 Políticas	134
8.5.4 Valores.....	135
8.5.5 Recursos físicos.	135
8.5.6 Recursos tecnológicos.....	135
8.6 Análisis de involucrados.	135
8.6.1. Cuadro del análisis de involucrados.	136
8.7 Competencia.	138
8.8 Posicionamiento.	138
8.9 Marketing mix.	138
8.9.1 Producto.	139
8.9.1.1 Diseño sencillo.	139
8.9.1.2. Enlaces internos simplificados.....	142
8.9.1.3. Enlaces externos.....	143
8.9.1.4 Imágenes en movimiento.	143
8.9.1.5. Fotos.	143
8.9.2 Precio.....	144
8.9.3 El consumidor.	144
8.9.4 La Distribución.	144
8.10 Estrategia aplicable.	145



8.10.1 Metodología aplicada.....	145
SEMINARIO / TALLER	145
8.10.2 La inducción.....	146
8.10.3 Responsabilidades de los capacitadores.	147
8.10.4 Tema de capacitación.....	147
8.10.5 Técnica de adiestramiento.....	148
8.10.6 Adiestramiento y capacitación.	149
8.10.7 Facilitar recursos tecnológicos.	150
8.10.8 Guías en formato PDF.....	151
8.10.9 Determinar la efectividad de la capacitación ..	151
8.10.10 Capacitación efectiva.....	152
8.10.11 Motivación.....	153
8.10.12 Elaboración del cronograma de capacitación.	153
8.11 Índice del taller de capacitación.	155
8.11. 1 Presentación.....	156
8.11.2 Objetivos.....	157
8.11.3 Competencias a lograr.....	157
8.12 Estructura orgánica propuesta como prioridad para la capacitación.....	157
8.12.1 Características del técnico capacitador.	158
8.13 Marketing directo.	158



8.13. 1	Importancia de la publicidad.	159
8.14	Material POP.	159
8.14.1	Aplicación en la etapa del producto.	160
CAPITULO 9	162
	Conclusiones y Recomendaciones.	162



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Agropecuarias

UNIVERSIDAD DE MACHALA

Facultad de Ciencias Agropecuarias

MAESTRÍA EN GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL AGROPECUARIA

**"Diseño de un plan de marketing para la página web del
Proyecto CADERS"**

Tesis previa a la obtención del título de Magister en
Ciencias de Gerencia y Administración Empresarial
Agropecuaria.

AUTOR:

Ing. Agr. Hernán Peñafiel J.

DIRECTOR:

Lcdo. Bernardo Moreno Vega.

Cuenca – Ecuador

2010



CERTIFICACIÓN.

Certifico que el presente trabajo de tesis titulado "Diseño de un plan de marketing para la página web del Proyecto CADERS" cumple con los reglamentos de Grado y Títulos de la Facultad de Ciencias Agropecuarias, que ha sido correctamente elaborado por el egresado Ing. Hernán Peñafiel Jurad

Lcdo. Bernardo Moreno Vega

DIRECTOR DE TESIS



AUTORIA.

Los datos y criterios vertidos en el presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ing. Hernán Peñafiel Jurado



AGRADECIMIENTO.

Un agradecimiento en primer lugar para Dios por darme todas las bendiciones para poder culminar con este trabajo y dar un paso más en mi vida profesional, a mis Padres que han sido mi apoyo en todo momento, a mi esposa y a mi hijo quienes son la razón de esforzarme cada día más por ser mejor, y por supuesto a mis amigos con quienes he compartido todos mis años de estudio.

Ing. Hernán Peñafiel Jurado



DEDICATORIA.

Este trabajo va dedicado a toda mi familia quienes han sabido apoyarme y guiarme en todo momento y de manera especial a mi esposa ya que sin su apoyo este gran paso no hubiera sido posible.



INTRODUCCION.

El impacto de las TIC (Tecnologías de la Información y de la Comunicación), junto a los avances en las ciencias del conocimiento y los métodos educativos, está cambiando las estructuras institucionales, de aprendizaje y comunicación, además vivimos en la era digital, en una sociedad en donde cada día es más fácil acceder a cualquier tipo de información mediante las nuevas tecnologías.

Una de las tecnologías más importantes utilizada en la actualidad es el INTERNET, en donde podemos encontrar cualquier tipo de información en décimas de segundos, y se puede comunicar con personas que se encuentran a miles de kilómetros en tiempo real.

El Proyecto CADERS, se enfrenta al gran desafío de conjugar la producción agrícola tradicional, con los progresos tecnológicos y científicos que vive la sociedad actual, con este avance, CADERS propone formar a las personas con el fin de que sean competentes, capaces y comprometidas en la construcción de una sociedad en constante cambio y en un mundo laboral agrícola en continua evolución.



Consientes de la necesidad de la integración de las tecnologías, de la información y sobre todo de la comunicación para acortar distancias y optimizar recursos en la agro-producción, propone implantar el aprendizaje y utilización de la página web de la institución, como medio de comunicación e interacción entre el grupo CADERS y los beneficiarios de este proyecto.

Planteamiento del problema

El Proyecto CADERS es una unidad de gestión que tiene como finalidad con financiar los recursos para la producción de proyectos agropecuarios que nacen de la aplicación de los conocimientos científicos y técnicos en los campos administrativos, económicos, financieros y de mercadeo, tiene como objeto el desarrollo de proyectos agropecuarios en las organizaciones o asociaciones.

Con la finalidad de aminorar el tiempo, tanto de la unidad de gestión del proyecto CADERS como al beneficiario y obtener el mejoramiento de la producción agropecuaria, se ha desarrollado una página Web, misma que no está siendo utilizada correctamente debido a varios factores; entre ellos, la falta de información adecuada sobre su uso; así como el no contar con un diseño de estrategias de mercadeo y publicidad.



La mayoría de los beneficiarios no están familiarizados con la terminología y funcionamiento técnico de estas. Por eso las interfaces con las que interactuarán, deben estar diseñadas para que el usuario las opere de modo intuitivo, sin tener que aprender complicados términos y procedimientos.

Otro problema es que la página no está enfocada al mercado objetivo elegido. Perfilar el 'target' lo más concretamente posible, hará que la página Web cumpla con las expectativas de quienes forman parte de los proyectos.

En el mundo actual la tecnología avanza de manera que prácticamente todo se está enfocando hacia el uso de la Web, por esta razón, es importante que el beneficiario este más en contacto con la pagina. Por medio de este recurso pueden, presentar su proyecto, haciendo su debido seguimiento, minimizando el costo y tiempo.

El posicionamiento de páginas Web es una variable importante a controlar para lograr que la página sea una de las más visitadas por el grupo objetivo, lo importante es que en el sitio sea fácil de hallar la información del servicio o producto requerido por el usuario. Para lograr esto, es necesario estructurar el sitio en función del posicionamiento de páginas Web.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan estratégico de marketing, mediante la propuesta de acciones que permitan un mayor flujo de visitantes a la página Web, y que resuelva de mejor manera a las necesidades del cliente.

Objetivos específicos.

- Definir el posicionamiento de la página web.
- Caracterizar los factores que generan el bajo contacto con el sitio Web del Proyecto CADERS
- Determinar estrategias para dar a conocer los beneficios que tienen al contactarse a través de la página Web
- Definir un plan de capacitación sobre el manejo de la Web, para los beneficiarios del proyecto.

Antecedentes para la formulación de la hipótesis.

A nivel nacional funcionan proyectos, cofinanciados por CADERS, los mismos que son conformados por las organizaciones o asociaciones, la hipótesis descrita fue



basada en la metodología descriptiva, mediante la variable nivel de participación, permitió observar la falta de información sobre el sitio Web de la Institución.

La variable nivel de participación, permitió verificar la poca concurrencia de visitantes a la página del CADERS, mediante observación directa.

Hipótesis

Considerando las necesidades de los clientes, el plan de marketing incrementará el uso de la página web del CADERS.



MARCO TEÓRICO

Introducción.

Mediante la aplicación del plan, se conseguirá, optimizar tiempo y recursos tanto para los beneficiarios de CADERS como para el proyecto CADERS, además, tendrá vigencia en poco tiempo, ya que, el Plan de Gobierno para el período 2007-2020, ratifica la prioridad del sector agropecuario a través de la aplicación de una política agropecuaria sustentada en la soberanía alimentaria, que busca diversificar, defender y fomentar la producción agrícola y pecuaria sustentable, aprovechando la biodiversidad de eco sistemas y micro climas, a través del fortalecimiento de las capacidades productivas y de gestión de las comunidades campesinas e indígenas, los encadenamientos productivos y comerciales de empresas agrícolas y cooperativas campesinas existentes y la constitución de nuevas unidades de producción aglomeradas en escala.

El sector agropecuario ecuatoriano, a pesar de los múltiples problemas por los cuales atraviesa, es un importante proveedor de alimentos, generador de divisas y empleo, factor de cohesión social y cultural, motor de desarrollo económico a nivel nacional y local. Su importancia radica en la contribución a la economía nacional, y los efectos en



la dinámica social que los agricultores pequeños y medianos proyectan en la sociedad. La participación del sector agrícola dentro del mercado local, desde la vertiente primaria de la producción, durante el periodo 1966 – 2005 fue del 10.79%. **(Ver anexo 2)**

La agricultura ampliada que incluye a la agroindustria, alcanza un promedio de participación en el PIB total del 20.74%, para el mismo periodo. Las exportaciones agropecuarias representan el segundo rubro después del petróleo. El 27.5% de la PEA total (2001) se dedica a la agricultura, caza y pesca. El sector es el principal demandante de mano de obra calificada y no calificada. En contraste los egresos del Presupuesto del Estado para el sector agropecuario han disminuido permanentemente hasta ubicarse en el 0.31% con relación al PIB, en el año 2005.

El Censo de Población y Vivienda 2001 registró 12.2 millones de habitantes, de los cuales el 61.13% habita en el área urbana y el 38.87% en la rural, registrando un cambio estructural en la composición de la población, como efecto de la migración rural-urbana creciente en busca de ocupación y empleo remunerado y la profundización de la feminización de la agricultura en las pequeñas unidades de producción agropecuaria.



El sector agropecuario mantiene una estructura tradicional con bajos niveles de productividad, con una población pobre que padece de deficiencias en el acceso a la educación, la salud y en general de calidad de vida.

El nuevo enfoque de desarrollo ha presionado fuertemente a las organizaciones de productores agropecuarios campesinos impulsándolos a que incorporen en su estrategia productiva y administrativa una estrecha relación entre calidad, innovación y productividad.

El Plan de Gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado, dentro de la Revolución económica y productiva, plantea la aplicación de una política rural y agropecuaria sustentada en soberanía alimentaria, que busca diversificar, defender y fomentar la producción agrícola y pecuaria sustentable, aprovechando la biodiversidad de eco sistemas y micro climas, a través del fortalecimiento de las capacidades productivas y de gestión de las comunidades campesinas e indígenas, los encadenamientos productivos y comerciales de empresas agrícolas y cooperativas campesinas existentes y la constitución de nuevas unidades de producción aglomeradas en escala.

Adicionalmente se propone un proceso de reactivación agraria vinculado estrechamente a estrategias de desarrollo rural, que revierta sus bajos rendimientos sectoriales y su



reducida competitividad en base a la reconversión y diversificación productiva, construcción de infraestructura productiva, estímulo productivo, con crédito, asistencia técnica y de comercialización. Se intensificará el apoyo técnico y la formación, se potenciarán las asociaciones entre las producciones internas y las externas.



CAPITULO 1

Historia del MAGAP Y CADERS

1.1 MAGAP

Para cumplir a cabalidad los objetivos propuestos, considero fundamental explicar, y conceptualizar las instituciones involucradas en mi proyecto.

El MAGAP; cuyas siglas significan, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, coordina, diseña y evalúa las políticas del sector agropecuario con el resto de sectores económicos y sociales. Entre sus funciones está la de proporcionar condiciones de estabilidad y claridad en las reglas de juego que incentivan las inversiones privadas en el sector agropecuario.¹

En la actualidad existen varias clases de organizaciones, las mismas que dependen administrativamente del MAGAP, el Plan Agropecuario 2007-2020 preparado por las autoridades del MAGAP, plantea como objetivo "Impulsar la reactivación del sector agropecuario, hacia un modelo de desarrollo sostenible, el mejoramiento de la

¹ MAGAP, 2008. El INCCA brinda capacitación agraria y transferencia de tecnología. Boletín Nro. 047 MAGAP/DCS Quito Ecuador. Disponible en www.mag.gov.ec/docs/boletines/pr.



producción, el desarrollo social con equidad y la preservación de los recursos renovables"; además de:

- ✓ Incrementar los rendimientos y la calidad de los productos, para atender la demanda de los mercados.
- ✓ Incrementar los ingresos, el empleo y la calidad de vida de los pequeños y medianos productores del campo, priorizando la seguridad alimentaria, la equidad y sostenibilidad.
- ✓ Proteger los recursos naturales y la biodiversidad, mediante el uso adecuado de los mismos

1.1.1 Misión del MAGAP

Regir las políticas agropecuarias del país a través de la Dirección, Gestión, Normatividad y Capacitación de los Sectores Agropecuario, Agroindustrial y Agroforestal Ecuatorianos.

1.1.2 Funciones del MAGAP.

Elevar la competitividad del encadenamiento agro productivo.

Fortalecer las negociaciones internacionales de carácter agropecuario.

Apoyar al desarrollo rural y desarrollo agropecuario, agroforestal, agroindustrial y riego. **(Ver anexo 3)**



1.1.3. Antecedentes de creación del CADERS por parte del MAGAP.

Con el propósito de implementar las políticas y ejecutar el Plan Agropecuario, las actuales autoridades del MAGAP, tomaron la decisión de diseñar el Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible (CADERS) a partir de las experiencias y lecciones aprendidas durante la ejecución de otros proyectos de desarrollo rural e innovación tecnológica; como una respuesta a la necesidad de apoyar al sector y especialmente a los pequeños productores para fortalecer su asociatividad e impulsar alianzas de negocios con otros actores del sector de forma más equitativa y justa; así como facilitar el acceso al desarrollo tecnológico de las cadenas de valor, buscando en última instancia el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores del área rural.

1.1.4. Marco institucional y legal para la ejecución del proyecto CADERS.

La ejecución del Proyecto será de responsabilidad del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). La estructura para la ejecución del Proyecto



estará organizada en tres niveles: nivel político de apoyo; nivel ejecutivo; y nivel operativo de ejecución.²

1.1.4.1.- Nivel político de apoyo.

Estará conformado por el Comité Directivo del Proyecto, el cual tendrá la responsabilidad de establecer los lineamientos estratégicos y la supervisión general de la implementación del Proyecto, en concordancia con las Políticas de Estado para el Sector; además de dar soporte político; apoyar la consecución de recursos financieros provenientes de la Cooperación Internacional para financiar la ampliación del Proyecto; aprobar los Planes Operativos Anuales (POA); conocer y revisar los informes de progreso y evaluación del Proyecto; revisar los procesos para la selección y evaluación del equipo del Proyecto; y, evaluar y aprobar la ampliación territorial con la inclusión de nuevas provincias y la eliminación e inclusión de cadenas agro productivas al Proyecto. El Comité estará integrado por el Ministro de Agricultura o Viceministro, quien los presidirá; un representante del Ministerio de Economía y Finanzas; un representante del Ministerio de Industrias y Competitividad; un representante del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP; un representante del Foro Agropecuario; un representante de la Federación de

² CADERS, Manual de Procesos y Requisitos



Cámaras de Agricultura; un representante de la Cámara de Agricultura de la 1ra zona y un representante de la Cámara de Agricultura de la 2da. Zona; y, un representante de las organizaciones de pequeños productores de las áreas de intervención.

1.1.4.2. Nivel ejecutivo

Estará conformado por la Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP), la cual dependerá jerárquicamente del Ministro, que estará integrada a la estructura orgánica del MAGAP, tendrá un carácter eminentemente técnico y coordinará los aspectos operativos con las instancias del MAGAP que participan en el desarrollo del Proyecto agrícola y rural.

La UCP estará integrada por un Director del Proyecto, cuatro especialistas en: alianzas productivas y negocios rurales; cadenas agro productivas; en innovación tecnológica; en seguimiento y evaluación; además de un Coordinador Administrativo- Financiero.

La función principal de la UCP es asegurar una adecuada coordinación, administración y ejecución del Proyecto y tendrá la responsabilidad de: elaborar los POA's; coordinar con la Dirección Financiera el adecuado registro contable y



preparación de los estados financieros consolidados del Proyecto.

1.1.4.3.- Nivel operativo de ejecución.

Estará conformado por las Direcciones Provinciales del MAGAP en las provincias seleccionadas, las cuales tendrán la responsabilidad de planificar, apoyar, monitorear y supervisar la ejecución del Proyecto a nivel provincial. Estas contarán con personal técnico y administrativo asignado a tiempo completo al Proyecto.



1.2. El CADERS como unidad de gestión.



PROYECTO DE COMPETITIVIDAD AGROPECUARIA Y DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE.

La definición y concepto del Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible (CADERS) se enmarca claramente en el apoyo y operatividad en algunas de las políticas sectoriales planteadas y sus objetivos estratégicos, en especial a aquellas relacionadas con: fortalecimiento de la institucionalidad del sector público y privado; asociatividad en cadenas y territorios; producción y mercados: difusión de información; y, el apoyo a productos sensibles del sector agropecuario.³

1.2.1. Misión del CADERS.

Coadyuvar al incremento de la producción y productividad agropecuaria del área rural de las provincias asignadas mediante el asesoramiento y la dotación de herramientas que permitan obtener el fin perseguido.

³ CADERS, Manual de Procesos y Requisitos



1.2.2 Visión del CADERS.

Establecer a las Organizaciones Agro-productivas de zonas rurales como promotoras de un mejor estilo y calidad de vida de sus integrantes.

1.2.3 Objetivos del proyecto CADERS.

1.2.3.1 Objetivo general del CADERS.

Apoyar a la competitividad del sector agropecuario para que enfrente exitosa y equitativamente las nuevas exigencias del mercado, a fin de contribuir a mejorar las condiciones de vida de los productores rurales y de esta manera Brindar a los Pequeños Productores, la oportunidad de generar micro empresas de comercialización asociativa que fomenten su productividad, mediante capacitación y fortalecimiento organizacional.

1.2.3.2. Objetivos específicos del CADERS.

- ✓ Apoyar a los pequeños productores en el establecimiento, formación y fortalecimiento de alianzas comerciales con los actores del sector.
- ✓ Incrementar la competitividad de las cadenas de valor seleccionadas a nivel regional y/o nacional, mejorando la gobernabilidad y el desarrollo tecnológico de las mismas.



- ✓ Mejorar y fortalecer las capacidades institucionales del MAGAP en áreas claves relacionadas con un sistema de información integral y permanente; la formación y capacitación campesina; y la formulación y monitoreo de la aplicación de las Políticas de Estado para el Sector
- ✓ Elevar las condiciones de vida de los agricultores y comunidades rurales, mediante la estrategia de inclusión social de los pequeños y medianos productores y su vinculación al mercado nacional e internacional, para mejorar sus ingresos y su acceso a los beneficios del desarrollo tanto de servicios como de infraestructura.

1.2.4. Beneficiarios del Proyecto CADERS.

Podrán acceder al fondo de Cofinanciamiento para planes de negocios las organizaciones de pequeños productores/as, vinculados/as a actividades agropecuarias, que se ubiquen en el sector rural, de las provincias de: Loja, Azuay, Cañar, Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Guayas, Manabí, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena, que cuenten con posibilidad de



articularse a un aliado comercial. De acuerdo a la demanda se incorporarán el resto de provincias de la sierra y de la costa.

Para el arranque del proyecto en el primer año han sido seleccionadas siete provincias: Azuay, Chimborazo, Guayas, Manabí, Pichincha, Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena.

Los beneficiarios del Proyecto serán los pequeños productores pertenecientes a las provincias mencionadas, además de los actores y consejos consultivos de las cadenas de valor seleccionadas, quienes participarán en el desarrollo de alianzas productivas y proyectos de desarrollo tecnológico.

1.1.1 Cobertura del Proyecto CADERS.

La cobertura del proyecto comprende once provincias: Loja, Azuay, Cañar, Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Pichincha, Guayas, Manabí, Santo Domingo de los Tsachilas y Santa Elena. Todas ellas comparten condiciones favorables para el desarrollo de alianzas productivas tales como: alta densidad de pequeños productores¹⁰, organizaciones relativamente desarrolladas, buenas condiciones de producción, estructuras de mercado



razonables, cobertura de los servicios de las Direcciones Provinciales del MAGAP, que son las plataformas institucionales de campo para la ejecución del Proyecto.

La selección de las cadenas de valor se fundamentó en una metodología de focalización que considera a las cadenas agroproductivas registradas en el III Censo Nacional Agropecuario¹¹; además de una lista de productos potenciales identificados en base a otras fuentes de información (secundaria) entre las que se destacan estudios realizados por PROEXANT, CORPEI, Proyecto PACE – MICIP y Fundación Desde el SURCO¹². De esta forma, se obtuvo un amplio inventario de productos agropecuarios a nivel del país.

1.2.5. Selección de cadenas a financiar por parte del Proyecto CADERS.

Las cadenas seleccionadas para el inicio del proyecto son: hortalizas, lácteos, frutas, papa y arroz, sin embargo durante la ejecución del proyecto este listado de cadenas puede ser modificado considerando el grado de interés demostrado por las organizaciones de las cadenas para participar en el proyecto.

Para la implementación del proyecto se trabajará con 7 provincias: Manabí, Guayas, Pichincha, Chimborazo,



Azuay, Santo Domingo de los Tsáchilas y Santa Elena. Las restantes se incorporarán a partir del tercer año, de acuerdo a las condiciones de aprendizaje y capacidad operativa del Proyecto hasta cubrir las once.



CAPITULO 2.

Metodología de trabajo del Proyecto CADERS.

2.1. Requisitos para la presentación de propuestas del CADERS.

Los requisitos establecidos por el proyecto, son los siguientes:

a. Que al menos el 80% de los socios de la organización, sean pequeños productores. Son Pequeños Productores aquellos que disponen de Unidades Productivas Agrícolas o UPAs con una superficie cultivable menor a 5 hectáreas o su equivalente en la generación de ingresos económicos menores al costo de la canasta básica familiar.

b. Que las propuestas de negocios estén vinculadas a encadenamientos productivos. El Proyecto CADERS priorizara aquellas propuestas asociadas a actividades productivas con posibilidades de vincularse a procesos económicos más amplios y recibir las ventajas de trabajar en una cadena productiva, para lo cual es necesario la presentación de una carta de intención de compra de un aliado comercial.

c. Deben ser actividades económicas rurales en las cuales los pequeños productores/as cuenten con conocimientos



previos y se justifique la necesidad de ser fortalecidos para su consolidación como negocio. El Proyecto CADERS no aprueba propuestas a nivel de ideas de negocio que no estén asociadas a actividades económicas y productivas en las cuales las organizaciones de pequeños productores y sus asociados no tengan experiencia.

d. Las propuestas deben ser presentadas de manera directa por las organizaciones de pequeños productores/as, mediante la construcción de perfiles de planes de negocios, en los formatos establecidos para tal efecto por el Proyecto. Los perfiles de planes de negocio deben expresar las reales necesidades de los pequeños productores/as y deben ser contruidos mediante procesos participativos.

e. El cofinanciamiento por parte del proyecto a los planes de negocio seleccionados no podrá ser mayor al 60% del costo total, el 40% restante deberá ser asumido por los participantes en la alianza, con sus propios recursos o movilizand o otras fuentes de financiamiento (crédito, fondos de apoyo de ONG, otros Proyectos gubernamentales, gobiernos locales u otros), de este valor es obligatorio un aporte en efectivo, equivalente como mínimo al 20% de los recursos solicitados al CADERS y la diferencia podrá ser valorado en bienes y servicios.



f. Las propuestas de negocios, deben tener en cuenta el desarrollo de procesos productivos que no perjudiquen el medio ambiente, por lo cual se deben incluir actividades tales como: prácticas de conservación del entorno natural, adecuación, generación y uso de tecnologías limpias en los procesos de producción, transformación y comercialización.

2.2. Cofinanciamiento por parte del CADERS.

El cofinanciamiento por parte del proyecto a los planes de negocio seleccionados no podrá ser mayor al 60% del costo total, el 40% restante deberá ser asumido por los participantes en la alianza, con sus propios recursos o movilizándolo a otras fuentes de financiamiento (crédito, fondos de apoyo de ONG, otros Proyectos gubernamentales, gobiernos locales u otros), de este valor es obligatorio un aporte en efectivo, equivalente como mínimo al 20% de los recursos solicitados al CADERS y la diferencia podrá ser valorado en bienes y servicios.

2.3. Metodología para evaluación de proyectos presentados al CADERS.

Los planes de negocios preseleccionados, serán posteriormente evaluados por consultores externos (profesionales calificados e independientes), es decir que no deberán mantener ninguna relación con las alianzas y/o



grupos y con el Proyecto. Los integrantes del panel técnico de evaluación serán contratados por el Proyecto y tendrá la función de evaluar y calificar los planes con potencial para ser co-financiados con los recursos disponibles por el fondo competitivo.

Para la evaluación y calificación de los planes de negocios los consultores externos contratados consideraran los aspectos siguientes:

- Que el negocio propuesto presente avances importantes en cuanto a:
 - Incremento en los ingresos;
 - Incremento en la escala de producción;
 - Mejoramiento en la calidad de los productos;
 - Acceso a mejores mercados,
 - Generación de empleo, y
 - Consolidación de la organización.
- Que presente indicadores financieros favorables (TIR, punto de equilibrio, rentabilidad)
- Que la propuesta tenga consistencia medida en términos de la coherencia y pertinencia de las actividades planteadas.
- Que los recursos solicitados estén acordes a las necesidades del negocio y de acuerdo a la normativa del proyecto.



- Que se logren movilizar recursos de cofinanciación de otras fuentes.
- Demuestren ser producto de un proceso participativo.
- Que demuestre solidez en la conformación de la alianza comercial.
- No afecten el entorno natural

2.4. Metodología de calificación.

La metodología de calificación a ser utilizada por los consultores externos será desarrollada por la Unidad de Gestión del Proyecto e incluirá indicadores ponderados de criterios técnicos y financieros para puntuar los resultados; la misma que podrá ser revisada y actualizada periódicamente de acuerdo a las condiciones de ejecución del Proyecto. Con base a la metodología aplicada, cada consultor presentará al CADERS, los resultados de la calificación respectiva.

Con los resultados entregados por cada consultor externo, el proyecto consolidará un promedio de calificación para cada propuesta. La propuesta para aprobación debe tener mínimo 70 puntos.

El proyecto, realizara verificaciones institucionales de los planes de negocios que hayan recibido los mayores puntajes, previo a la entrega de recursos.



El listado con los planes de negocios seleccionados será publicado en los diarios locales y en la página web del MAGAP, y se informará a los grupos proponentes los resultados alcanzados.

Los planes de negocios que no sean seleccionados serán devueltos al grupo/alianza con comentarios y sugerencias, y podrán ser presentados en una nueva convocatoria, con las modificaciones requeridas.

2.5. Arreglos para desembolsos.

a. Previo a la ejecución del Plan de Negocios se suscribirá un Convenio de Co-financiamiento entre el CADERS y el Representante Legal de la Organización beneficiaria. Este convenio incluye:

- i) el objetivo del convenio.
- ii) derechos y obligaciones de las partes suscriptoras.
- iii) breve descripción y presupuesto del plan de negocios.
- iv) Aportes de las partes intervinientes.
- v) Plan de desembolsos e implementación.
- vi) Cronogramas, de actividades.
- vii) Garantías.



vii) Informes financieros y reportes de avance.

b. La organización deberá garantizar métodos adecuados de control de recursos y demostrar la existencia de sistemas administrativos y financieros, conocimiento y experiencia en el área y en las actividades específicas del plan de negocios y, demostrar disponibilidad para recibir la asistencia y acompañamiento técnico necesario, durante el ciclo de vida del plan.

c. La transferencia de fondos para los planes de negocios ejecutados por las organizaciones de pequeños productores, se realizará mediante un sistema de desembolsos que facilite los pagos. Los desembolsos se manejarán en cuentas corrientes aperturadas en entidades financieras legalmente establecidas.

d. Para la entrega del primer desembolso, la organización beneficiaria deberá entregar, a favor del CADERS, una escritura pública constitutiva de garantía.

e. Antes de la entrega del primer desembolso por parte del Proyecto, la organización deberá depositar en la cuenta corriente aperturada para este fin, un valor equivalente, al menos del 20% del valor del desembolso. Para los siguientes desembolsos se procederá de igual manera. Si luego de la evaluación se determina que la organización no



dispone de los recursos en efectivo al inicio del proyecto, se considerará por excepción el aporte a partir del primer año.

f. El CADERS realizará el primer desembolso (anticipo) por el valor establecido en el cronograma de desembolsos de ejecución del plan de negocios aprobado. A partir de entonces, para recibir nuevas asignaciones la entidad ejecutora deberá presentar los informes financiero - contables y de avance físico requeridos y aprobados por proyecto CADERS.

g. Si la organización beneficiaria no cumple las condiciones de implementación estipuladas en el plan de desembolsos, el proyecto CADERS podrá hacer efectiva las garantías señaladas en la escritura pública constitutiva.

h. El convenio de ejecución de planes de negocios puede tener modificaciones posteriores a su firma, previo al acuerdo logrado por las partes y respondiendo a circunstancias debidamente justificadas. Para lo cual se firmarán los addendum necesarios.

i. Se anexarán al convenio los siguientes documentos:

- El plan de negocio.



- Copia del Acuerdo Ministerial del reconocimiento jurídico de la organización.
- Copia del RUC.
- Copia de la legalización de la Directiva Actual.
- Carta de Intención o de compromiso del aliado comercial.
- Acta de la sesión de la organización en la que expresa estar de acuerdo con el perfil del plan de negocio presentado.
- El nombramiento del representante legal de la organización.

Ejecución del plan de negocios.

La ejecución del plan de negocios es responsabilidad de la Organización beneficiaria, quienes deben tomar las acciones necesarias para garantizar el cumplimiento de los compromisos asumidos.

Los planes de negocios deben crear las condiciones y los mecanismos necesarios para lograr equidad en las oportunidades de mujeres y hombres, en lo que tiene que ver con el acceso y el control de los servicios, recursos, información y procesos de toma de decisiones.



En su ejecución las organizaciones beneficiarias, deberán cumplir con los procedimientos competitivos, transparentes y económicos de adquisiciones, compras o contrataciones.

Los procesos de seguimiento físico, metodológico y administrativo a los planes de negocios, deberán proveer al Proyecto CADERS de la información necesaria y oportuna, para proceder a realizar nuevos desembolsos.

Cierre financiero de los planes de negocios.

El cierre financiero de los planes de negocios, se consideran a la terminación de la relación de financiamiento de los mismos por parte del CADERS. Este cierre deberá contener la siguiente documentación:

- La propuesta original presentada por las Organizaciones beneficiarias,
- La carta de solicitud de con-financiamiento,
- El plan de ejecución presupuestaria,
- El acta de selección y aprobación del plan de negocios y el convenio.
- El informe final de cumplimiento, incluyendo la ejecución presupuestaria, elaborado por la organización beneficiaria.
- Un reporte de finalización del plan de negocios preparado por los equipos provinciales del proyecto



(EPP), que incorpore una evaluación de cumplimiento físico, metodológico, de manejo financiero y una caracterización de impactos a lograrse;

- La aprobación del Informe Final por parte de los EPP.
- Acta de entrega de custodia y propiedad de bienes.

Revisiones Adecuaciones y Sanciones.

Los equipos provinciales -EP- realizarán supervisión monitoreo y control a las organizaciones ejecutoras que administren fondos para la ejecución de planes de negocios, de manera previa a la autorización de nuevos desembolsos.

Las organizaciones beneficiarias que, de acuerdo a la evaluación de los EP, no estén cumpliendo con los requerimientos técnicos, administrativos y contables básicos, demuestren prácticas deshonestas, no apliquen mecanismos participativos, perderán el acceso a los fondos y se procederá al cobro de las garantías pertinentes.



CAPITULO 3.

Público objetivo del CADERS.

3.1. Asociaciones.

El proyecto CADERS, tiene como campo de acción, diferentes asociaciones, razón por la cual se cita la conceptualización de la misma.

Las Asociaciones son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes, al menos formalmente, del Estado, los partidos políticos y las empresas

3.1.2. Criterios de conceptualización de Asociación.

Asociación.- es el organismo legalmente constituido que agrupa a los productores agrícolas o pecuarios de un determinado producto, a nivel provincial o regional.⁴

La Asociación es una condición indispensable para el progreso por la ayuda mutua entre los integrantes.

La Organización Mundial para la Alimentación lo define como "Una entidad que, con estructura administrativa, persigue un bien común", es una organización formada por

⁴ Ley de Creación de los Fondos de Desarrollo Gremial Agropecuario, en el Art. 1



un conjunto de personas propietarias de predios destinados a la producción agropecuaria, que se unen para cumplir determinados propósitos.⁵

3.1.3. Características de las asociaciones.

Las características fundamentales son las siguientes:

- Grupo de personas
- Objetivos y/o actividades comunes
- Funcionamiento democrático
- Sin ánimo de lucro
- Independientes

Merece la pena aclarar que no tener ánimo de lucro significa que no se pueden repartir los beneficios o excedentes económicos anuales entre los socios, por tanto, sí se puede:

- Tener excedentes económicos al finalizar el año
- Tener contratados laborales en la Asociación
- Realizar Actividades Económicas que puedan generar excedentes económicos

⁵ FAO, 2006. Organización Mundial para la Alimentación. Evaluación de Asociaciones y Alianzas. Roma Italia. Disponible en <ftp://ftp.fao.org/docrep>.



- Lógicamente, dichos excedentes deberán reinvertirse en el cumplimiento de los fines de la entidad.

3.1. 4. Tipos de asociaciones.

Estas asociaciones se organizan con el fin de **intercambiar experiencias y conocimientos** que sirvan como crecimiento tanto a nivel personal como profesional, logrando así buscar mecanismos de **desarrollo en la profesión** ejercida y contribuyendo al crecimiento de la educación a nivel nacional.

3.1.4.1. Gremio.

Es el conjunto de productores nacionales, organizados o no, de un bien específico de origen agrícola o pecuario, que se dedican a una misma actividad.

Los gremios van a ser dirigidos mediante una organización interna, deben demostrar su competencia y su capacidad financiera y en algunos gremios.

Entre los gremios más visibles en el Ecuador figuran las cámaras de industrias y comercio. Su gestión es protectora de los intereses del sector, actúan como lobby ante el



Gobierno y también proporcionan capacitación. Es probable que su presencia sea reconocida por los afiliados a tal punto de que un fallo a favor de la demanda presidencial no les haría mayor mella. Los otros gremios tendrían que esforzarse mucho, uno más otros menos, para mantenerse.

Un mismo gremio puede tener varios sindicatos diferentes, o bien pueden existir trabajadores de un determinado gremio que no pertenezcan a Sindicato alguno. En cambio los Gremios existen de hecho, sin necesidad de oficialización alguna, estén o no asociados sus miembros.

3.1.4.2. Federación.

Es el organismo legalmente constituido que agrupa a las asociaciones de productores agrícolas o pecuarios de un mismo producto.

En consecuencia en el país existen leyes abundantes para el sector agropecuario por lo que es de desear que los centros agrícolas, que poco o nada están funcionando en el país, agrupen a productores especializados por productos o que las asociaciones de ganaderos agrupen a productores de ganadería de leche, de ganadería de carne, de porcinos, de equinos, de caprinos, de ovinos y aves menores, para que puedan discutir y plantear problemas de



interés común para poder llegar a soluciones consensuales.

3.2. Organizaciones Campesinas

Se define a la organización campesina como intercultural e interregional, con enfoque de género y generacional, que tiene como propósito proponer e impulsar alternativas de desarrollo para mejorar las condiciones de vida en el campo. Agrupa a campesinos & indígenas que luchan por superar la pobreza, lograr una mejor calidad de vida, democratizar al país, y aportar a su desarrollo sustentable.

Los principales objetivos de estas organizaciones es gestionar la canalización de recursos para proyectos productivos concretos.

Hoy por hoy las organizaciones tienen estatutos para defender la tierra inactiva. Las reuniones deben ser planteadas de acuerdo a las circunstancias reales que el grupo o el prospecto de grupo presente.

Los participantes asumen actitudes para el trabajo en equipo, para la toma de decisiones, respetando las decisiones de los demás. En esta forma se les prepara con la acción organizada en relación a sus propios procesos productivos.



3.2.1. Clases de Organizaciones⁶

Las organizaciones que dan mejoramiento de la tecnología agro productiva; manejo poscosecha – valor agregado; enfoque de cadenas agro productivas; son:

3.2.1.1. Organizaciones de Primer Grado:

- Comunas
- Asociaciones
- Corporaciones
- Fundaciones
- Centros Agrícolas.

3.2.1.2. Organizaciones de Segundo Grado:

- Uniones
- Cámaras de Agricultura

3.2.1.3. Organizaciones de Tercer Grado

- Federaciones de Comunas
- Federación de Cámaras de Agricultura y Ganadería.

⁶FAO, 2006. Organización Mundial para la Alimentación. Evaluación de Asociaciones y Alianzas. Roma Italia. Disponible en <ftp://ftp.fao.org/docrep>.



CAPITULO 4

Nuevas tecnologías.

4.1. Tecnologías existentes.

Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten construir objetos y máquinas para adaptar el medio y satisfacer las necesidades de las personas. Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas.

La actividad tecnológica influye en el progreso social y económico, pero también ha producido el deterioro de nuestro entorno (biosfera). Las tecnologías pueden ser usadas para proteger el medio ambiente y para evitar que las crecientes necesidades provoquen un agotamiento o degradación de los recursos materiales y energéticos de nuestro planeta. Se requiere para ello una buena enseñanza-aprendizaje de la tecnología en los estudios de enseñanza media o secundaria y buena difusión de los



problemas, diagnósticos y propuestas de solución en los medios de comunicación social.

4.2. Tecnologías de información.

Igualmente se incorporarán nuevas tecnologías de información y comunicaciones con relación a software, hardware, desarrollo de nuevos sistemas de información y automatización de procesos, con el fin de asegurar que el sistema de información brinde un servicio eficiente, permanente y conectado con las Direcciones Provinciales.

4.3. Papel de la tecnología en el desarrollo.

- Información, disminución de los costos
- Deslocalización de la producción (centros de atención a clientes)
- Mejor conocimiento del entorno, mejora de la eficacia de las tomas de decisiones.
- A nivel de la estructura de la empresa y de la gestión del personal:
- Organización menos jerarquizada, repartición de la información.
- Mejor gestión de los recursos humanos.



- A nivel comercial:
- Extensión del mercado potencial (comercio electrónico).
- Una baja de los costos logísticos.
- Desarrollo de las innovaciones en servicios y respuestas a las necesidades de los consumidores
- Mejora de la imagen de marca de la empresa (empresa innovadora).

4.4. Creación del internet.

Internet se inició en torno al año 1969, cuando el Departamento de Defensa de los EE.UU. desarrolló ARPANET, una red de ordenadores creada durante La Guerra Fría cuyo objetivo era eliminar la dependencia de un Ordenador Central, y así hacer mucho menos vulnerables las comunicaciones militares norteamericanas. Tanto el protocolo de Internet(IP), como el de Control de Transmisión(TCP) fueron desarrollados a partir de 1973, también por el departamento de Defensa norteamericano. Cuando en los años 1980 la red dejó de tener interés militar, pasó a otras agencias que ven en ella interés científico. En Europa las redes aparecieron en los años 1980, vinculadas siempre a entornos académicos,



universitarios. En 1989 se desarrolló el World Wide Web (www) para el Consejo Europeo de Investigación Nuclear. En España no fue hasta 1985 cuando el Ministerio de Educación y Ciencia elaboró el proyecto IRIS para conectar entre sí todas las universidades españolas.

Las principales características "positivas" de Internet es que ofrece información actualizada, inmediatez a la hora de publicar información, una información personalizada, información interactiva e información donde no hay límites ni de espacio ni de tiempo.

- WWW - World Wide Web.
- Lo más interesante en Internet hoy en día. Una colección de archivos formados comúnmente de gráficos almacenados en diferentes computadoras alrededor del mundo. Con navegadores como Mosaic, Netscape Navigator o Microsoft Internet Explorer se puede navegar de una manera sencilla debido a la facilidad de poder hacer click en lugares específicos dentro de las paginas y acceder otros lugares (Sites) e información.
- El uso de Internet se ha generalizado y convertido en un importante medio de comunicación. Relativamente barato en nuestro país, es de fácil acceso para las



organizaciones sociales y poco a poco se va extendiendo. Su alcance y usos son ilimitados, lo que lo convierten en una herramienta para la comunicación popular que debemos aprovechar.

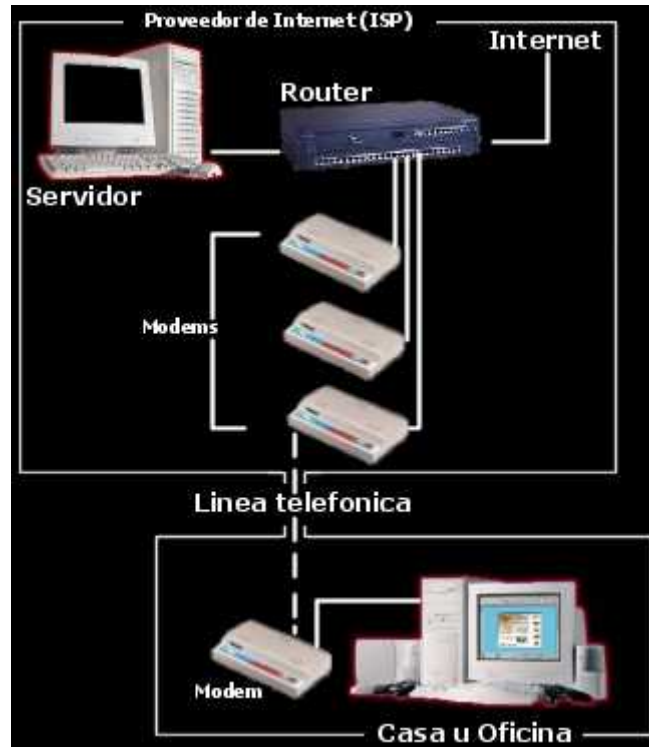
- El número total de usuarios de la Internet asciende hoy en día a varios millones, y su crecimiento es exponencial. Este alto nivel de conectividad ha creado un grado de comunicación, colaboración, acceso a la información e intercambio de recursos sin precedentes en la Historia de la Humanidad. **(Ver anexo 4).**

4.5. Historia de Internet.

En este apartado se pretende narrar los comienzos y la evolución del Internet desde su nacimiento hasta la actualidad. El motivo es que además de haberse convertido en uno de los principales medios de transmitir y obtener información, es tanto un conjunto de comunidades como un conjunto de tecnologías, y su éxito se puede atribuir a la satisfacción de las necesidades básicas de la comunidad y a la utilización de ésta de un modo efectivo para impulsar la infraestructura. Es a la vez una oportunidad de difusión mundial, un mecanismo de propagación de la información y un medio de colaboración e interacción entre los individuos



y sus ordenadores, independientemente de su localización geográfica.





CAPITULO 5.

La Pàgina web actual del proyecto CADERS

5.1. Objetivo de la unidad de comunicaciòn del proyecto CADERS.

Comunicar e Informar en forma abierta, interactiva y con calidad los alcances de las gestiones realizadas por el Proyecto CADERS, en lo relacionado con sus Políticas, Planes, Programas, y Proyectos ejecutados en los diferentes sectores de intervención, los cuales posicionarán y fortalecerán la imagen institucional.

5.2. Plan Estratégico de Comunicación del proyecto CADERS.

Diseñar y Ejecutar el Plan Estratégico de comunicación interna y externa.

Asesorar a las autoridades de la institución en el manejo de su relación con los medios de comunicación.

Coordinar e Implementar estrategias de Comunicación e imagen institucional.

Efectuar labores de Protocolo y Relaciones Públicas.⁷

⁷ CADERS, Manual de Procesos y Requisitos



5.3. Pagina web del CADERS.

Con el objetivo de mejorar la comunicación con el grupo objetivo, se creó la página web del Caders, cuya visión es ser el ente articulador de los elementos de la política agraria, fortaleciendo la asociatividad de los pequeños productores y su participación como contraparte, planteándose como objetivo principal la mejora de las condiciones de vida (buen vivir rural), construyendo las bases para el desarrollo del país.

Establecer alianzas entre los diferentes actores sociales: juntas parroquiales, municipios, gobiernos provinciales, asociaciones de pequeños productores, comerciantes, procesadores, entre otros.

direccion@cadars.gov.ec

En el presente estudio, se realiza un breve análisis de la página web del CADERS, para que el lector conozca una síntesis del funcionamiento del sitio.

5.3.1. Página de inicio.

USTED ES EL VISITANTE NUMERO **006402**

QUIENES SOMOS COBERTURAS CONTACTOS CONVOCATORIA FORMULARIOS

Nueva Visión del Proyecto CADERS

Ser el ente articulador de los elementos de la Política Agraria, fortaleciendo la asociatividad de los productores en pequeña escala y su participación como contraparte, planteándose como objetivo principal la mejora de las condiciones de vida (Buen Vivir Rural), construyendo las bases para el desarrollo del País. Establecer alianzas entre los diferentes actores sociales: Junta

- [Posesión de Directiva Chimborazo](#)
- [CADERS Presente en 164 años de cantonización de PUEBLO VIEJO](#)
- [Entrega de semillas en Chimborazos](#)
- [Reunión con organizaciones indígenas de Chimborazo](#)

Semana 2-05
Semana 08-13
Semana 15-19

CARTAS AL DIRECTOR

- direccion@cadars.gov.ec

RIA ACUACULTURA Y PESCA; CESAR CABRERA FAJARDO, DIRECTOR EJECUTIVO DEL PROYECTO CAI

En la página de inicio, se encuentra los links(enlaces), que contienen información elemental del proyecto y los principales eventos o sucesos que se han desarrollado en el proyecto CADERS.

Además en la parte superior derecha de la página, se encuentra un sistema de conteo, mediante el cual se



registra el número de personas que ha visitado la pagina web hasta la fecha.

5.3.2. Página secundaria.

PROVINCIAS CAÑAR STA ELENA



Unidad de Gestión del Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible "Proyecto CADERS"



MISIÓN
Propender al mejoramiento de las condiciones productivas, de un conjunto de cultivos priorizados y generar a travez del desarrollo y transferencia de tecnologia la creación de una cadena de productores orientados a la agroindustria rura.l

VISIÓN
Contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los pequeños productores rurales, logrando con esto obtener una mejor distribución de la riqueza del PAIS.

OBJETIVO
Apoyar a los pequeños productores agropecuarios organizados y constituidos el las provincias de selcción.

METAS PROPUESTAS
El Proyecto **CADERS** en la actualidad viene desempeñando su accionar en 11 Provincias del Pais, Co-financiando Planes de Negocios a Organizaciones u Asociaciones, Agropecuarias legalmete constituidas, conformadas con un numero minimo de 20 socios dentro de las siguientes cadenas productivas: ARROZ,FRUTALES,HORTALIZAS, PAPAS,LACTEOS,MAIZ,CUYES.

1- VISITA A LAS ORGANIZACIONES SOLICITANTES

2- PROCESO DE ASOCIATIVIDAD Y CAPACITACIÓN

3- EVALUACIÓN DEL PROYECTO PLAN DE NEGOCIOS

4- FIRMA Y ENTREGA DE COFINANCIAMIENTOS

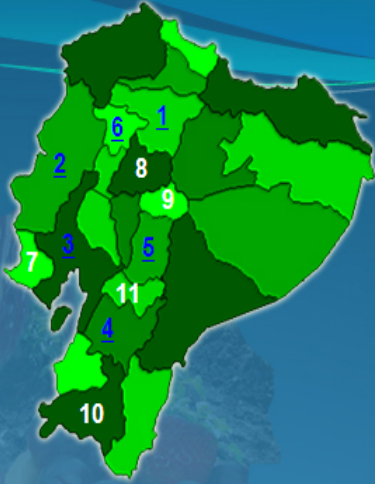
[RETORNO](#) 

En esta página se encuentra la información sobre la filosofía de la empresa que está compuesta por: misión, visión, objetivos y metas propuestas por el proyecto CADERS, además contiene imágenes que sustentan la filosofía.



5.3.3. Página de contactos.

11 PROVINCIAS BENEFICIADAS A NIVEL NACIONAL
CONTACTOS



CHIMBORAZO


PROYECTOS CO-FINANCIADOS POR PROVINCIAS

1.- PICHINCHA	4.- AZUAY	7.- STA. ELENA	10.- LOJA
2.- MANABI	5.- CHIMBORAZO	8.- COTOPAXI	11.- CAÑAR
3.- GUAYAS	6.- STO. DOMINGO	9.- TUNGURAHUA	

12.763 Familias beneficiadas
52 proyectos ejecutados
9 proyectos en ejecución

CADENAS DE PRODUCCIÓN

CUYES

[RETORNO](#) 

El visitante, mediante esta página conocerá los alcances del proyecto CADERS, el número de proyectos ejecutados, familias beneficiarias, un mapa de ubicación, donde indica las 11 provincias beneficiarias y las diferentes cadenas de producción, además como parte fundamental los contactos que encontrarán en cada provincia, de tal modo se facilita el proceso de comunicación, entre beneficiarios y directivos del CADERS.



5.3.4. Página de Convocatoria.



En esta página se encuentra información sobre la convocatoria a participar en el proyecto, entre otras cosas, indica los términos de referencia para acceder al fondo de cofinanciamiento de planes de negocios y el formato para la presentación de perfiles de planes de negocios.



5.3.5. Cuadro de formularios.



Para finalizar con el breve análisis de la página web del CADERS, este archivo digital contiene los formatos para la presentación de perfiles de planes de negocios, y el formato para la presentación de solicitud de fortalecimiento, como se puede apreciar, la página muestra la información más elemental, convirtiendo al sitio web, en medio informativo del proyecto y no como medio de interacción entre beneficiarios y directivos del proyecto.



CAPITULO 6.

Investigación de mercados.

6.1. Materiales, Métodos usados y aplicados en la investigación.

La aplicación de estrategias para identificar el nivel de servicio y utilización de Internet en la actualidad, permitirá evaluar la aceptación de los actuales operadores en términos de las características que hacen que los usuarios los prefieran. De igual forma, se pretende alcanzar una excelente recopilación de información acerca de las variables que más influyen en el servicio de Internet, determinando los grados de valor que los usuarios le asignan a cada una de ellas, para determinar los parámetros necesarios para desarrollar una propuesta innovadora de mercadeo que permita visitar la página Web de CADERS de una manera más fácil y sencilla para usuarios no expertos.

6.2. Materiales Empleados

6.2.1. Recursos humanos

- Investigador



- Tutor

6.2.2. Recursos físicos de campo

- Vehículo
- Proyector
- Computador portátil
- Cámara fotográfica
- Hojas de encuestas
- Hojas de papel
- Esferográficos

6.2.3. Recursos de oficina

- Computadora de escritorio
- Impresora
- Scanner
- Tóner negro y a colores
- Resma de papel

6.3. Diseño de la investigación de mercados.

La información obtenida en la investigación de mercados, contribuirá a gestionar eficientemente la información, para la toma de decisiones.

En la investigación se aplicará el método deductivo pues permitirá partir de los problemas generales hasta llegar al



específico, logrando de esta forma identificar la estrategia adecuada para mitigar el problema.

Por otro lado se aplicará, el estudio descriptivo de la página web del proyecto Cadars, como genero digital y sus posibles aplicaciones pedagógicas

Para la presentación del informe se utilizará el método descriptivo mediante el cual se plasmará lo investigado, a través de la presentación escrita del tema.

6.3.1. Necesidades:

1. Entender las causas del desconocimiento de la página web.
2. Diseñar un adecuado plan para contrarrestar el problema.
3. Gustos y preferencias del grupo objetivo.
4. Medios de comunicación más aceptados.
5. Publicitar en la web, información deseada por parte de los usuarios.
6. Receptar comentarios por parte del grupo objetivo.

6.3.2. Objetivos:

- 1.1. Plantear el problema desde el punto de vista del mercado objetivo.



2.1 Identificar las causas del desconocimiento de la página web.

3.1. Determinar las estrategias adecuadas para llegar al grupo objetivo.

4.1. Estudio y análisis de la disposición de la información.

4.2. Evaluar la posibilidad de mejorar la accesibilidad a la página web

5.1. Conocer el canal idóneo para suministrar la información.

6.5. Población y muestra.

La fórmula del muestreo por cuotas permite, dividir a la población con la que se trabaja, misma que está conformada por agricultores campesinos que desarrollan actividades agropecuarias, en estratos o categorías, en este caso la estratificación sería por cantones, tomando como punto de referencia la provincia del Azuay, la muestra será proporcional a la población. **(Ver anexo 5)**



Fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Análisis:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población.

e: Error muestral.

N-1 Corrección geométrica para muestras mayores de 30 sujetos.

El universo o población para el desarrollo de la investigación se conformó, tomando una muestra de los 6 cantones, beneficiarios de la provincia del Azuay; como son: Ponce Enríquez, Pucará, Santa Isabel, Chordeleg, y Gualaceo, pues son las asociaciones que representan a productores/as agropecuarios activos del CADERS, luego de aplicar la fórmula del muestreo por cuotas, se obtiene como resultado que el número de encuestados será de 93 socios. Es importante recalcar que se pretende realizar un muestreo piloto en la provincia del Azuay, razón por la cual no constan dentro de la investigación ninguna otra provincia o cantón que no pertenezca a la misma.



Luego del cálculo de la muestra, se determinó que el total del universo de encuestados es de 93 beneficiarios, los mismos que serán elegidos aleatoriamente en las diversas comunidades.

La información que se recibió de las encuestas es de primera mano, para lo cual se ha desarrollado un cuestionario de 15 preguntas, las mismas que ayudarán a conocer entre otras cosas, los gustos y preferencias del grupo objetivo. **(Ver anexo 6)**



Capítulo 7

7.1 Resultados y Discusión.

Con los resultado del las encuestas, se realizó el siguiente análisis descriptivo con su respectiva interpretación.

Cuadro 1. Estructura de la muestra según el sexo de los encuestados.

Opciones	Cantidad	%
Masculino	51	55%
Femenino	42	45%
TOTAL	93	100%



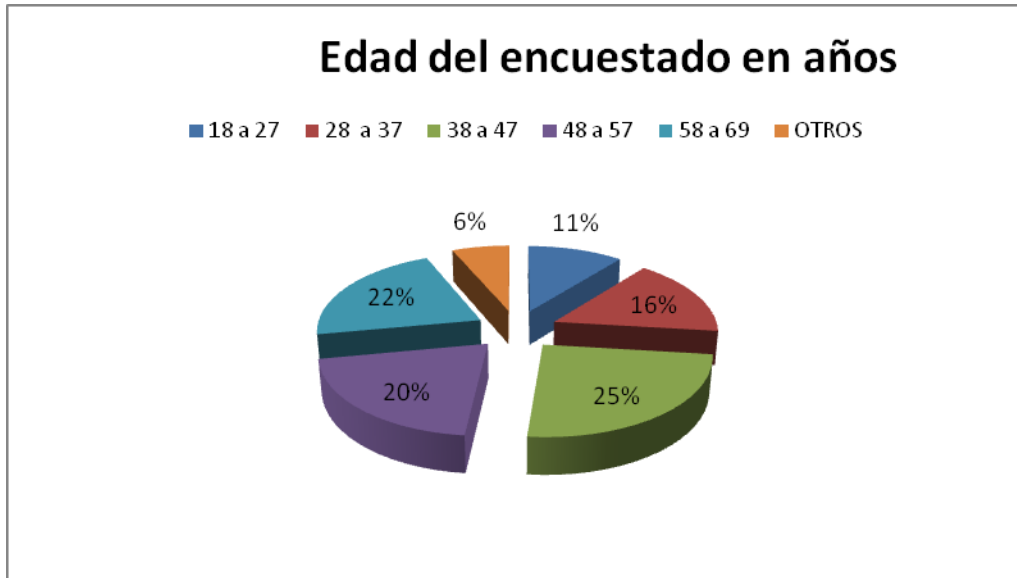
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la Provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Como se puede observar el 55% de los beneficiarios son hombres y el 45% del grupo está formado por mujeres, lo que indica que ambos géneros, se encuentran en la tarea de mejorar su estilo de vida, formando parte del grupo de beneficiarios del CADERS ubicados en las diferentes comunidades.

Cuadro 2. Composición de la muestra según edad de los encuestados.

Opciones	Cantidad	%
18 a 27	10	11%
28 a 37	15	16%
38 a 47	23	25%
48 a 57	19	20%
58 a 69	20	22%
OTROS	6	6%
TOTAL	93	100%



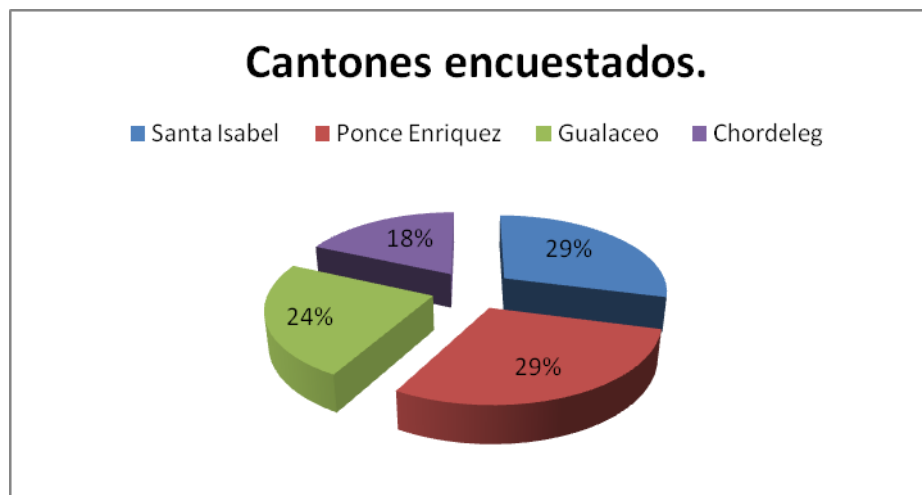
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la Provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Si agrupamos los resultados tenemos que el 73% de los encuestados se encuentra en una edad comprendida entre 38 y 70 años de edad, lo cual nos indica que un porcentaje alto, está formado por adultos mayores; además tenemos un 16% de participación de personas que se encuentran en una edad comprendida entre 28 a 37; y para completar el porcentaje tenemos un 11% de beneficiarios cuya edad está comprendida entre 18 y 27 años.



Cuadro 3. Cantones de origen de los beneficiarios encuestados.

Opciones	Cantidad	%
Santa Isabel	27	29%
Ponce Enríquez	27	29%
Gualaceo	22	24%
Chordeleg	17	18%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

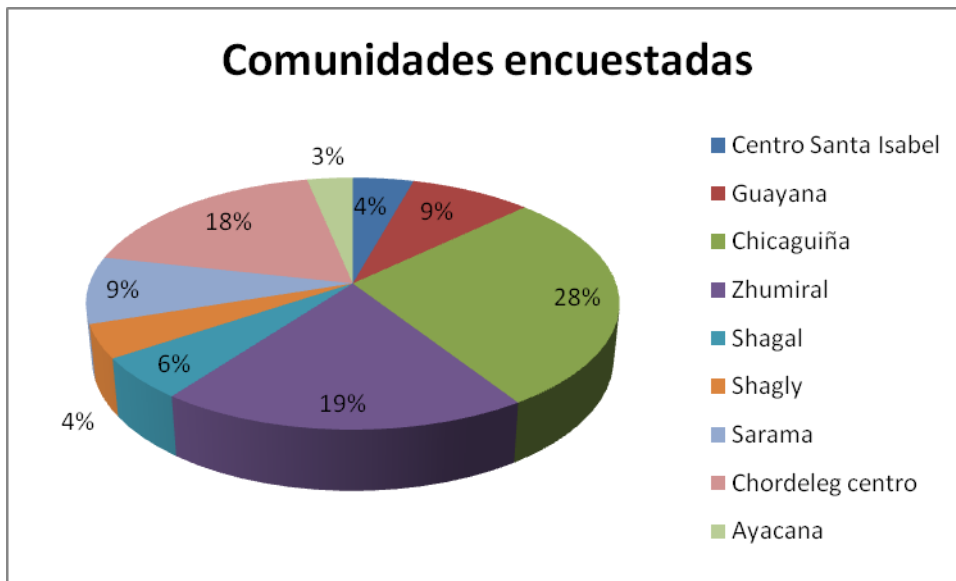


Desde un principio, se estableció que la encuesta será realizada solamente en la zona del Azuay, por lo que el listado del lugar de origen de los encuestados constan de 7 cantones principales de la región, pues las encuestas fueron elaboradas en las comunidades elegidas aleatoriamente, procurando cubrir toda la zona planteada en la investigación, los porcentajes se encuentran repartidos de la siguiente manera: Santa Isabel 29%, de igual manera tenemos a Ponce Enríquez también con el 29% , Gualaceo 24 %, y Chordeleg con una participación del 18%, los resultados varían de acuerdo al número de socios que tiene cada comunidad .



Cuadro 4. Comunidades de origen de los proyectos

Opciones	Cantidad	%
Centro Santa Isabel	4	4%
Guayana	8	9%
Chicaguiña	26	28%
Zhumiral	18	19%
Shagal	5	6%
Shagly	4	4%
Sarama	8	9%
Chordeleg centro	17	18%
Ayacana	3	3%
TOTAL	93	100%



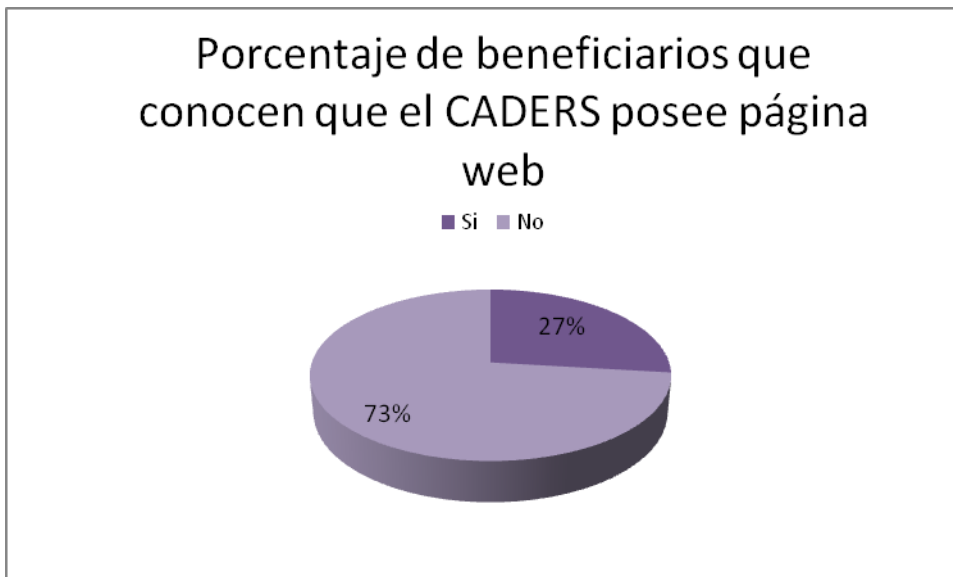
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Los porcentajes de participación se distribuyen de la siguiente manera: Centro de Santa Isabel 4% , los encuestados de la comunidad de Guayana representan el 9%, Chicaguiña 28%, Zhumiral el 19%, Shagal el 6%, Shagly 4% , Sarama 9%, Chordeleg es una comunidad en donde también existes un buen número de beneficiarios, de donde se obtuvo el 18% de la participación de las encuestas, Ayacana el 3%, como se manifestó anteriormente con el objetivo de cubrir la zona del austro con las encuestas, se tomó en cuenta la mayor parte de las comunidades en donde se encuentran las personas beneficiarias del CADERS, las cuales se encuentran activas.



Cuadro 5. Conocimiento de la página Web del CADERS

Opciones	Cantidad	%
Si	25	27%
No	68	73%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

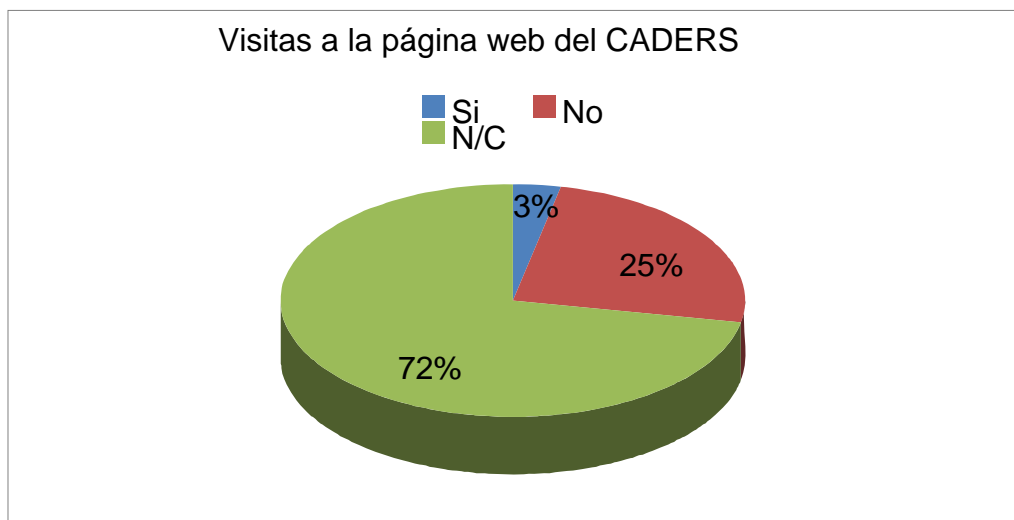
Elaboración: Autor

Para obtener un dato exacto sobre el conocimiento de la existencia de la página web del CADERS se preguntó ¿Sabía que el proyecto CADERS cuenta con página web?. El 73% de los encuestados respondieron que NO, y un porcentaje representado por el 27% afirma conocer de la existencia de la misma.



Cuadro 6. Beneficiarios que han visitado la página web

Opciones	Cantidad	%
Si	3	3%
No	23	25%
N/C	67	72%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Si bien el 27% de los beneficiarios del CADERS afirma conocer de la existencia de la página web de la institución, solamente un 3% afirma haberla visitado en algún momento, de allí que el 25% definitivamente responde jamás haber visitado la página, y un 72% se abstiene de contestar al no tener conocimiento de su existencia.



Cuadro 7. Propósito de la visita a la página web del CADERS

Opciones	Cantidad	%
Información	3	3%
N/C	90	97%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Del porcentaje de visitantes a la página, se quería conocer su propósito, con este fin se consultó al beneficiario: ¿Con que propósito visitó la página?. El 3% respondió buscar información general del proyecto, y el 97% no emite ningún comentario.



Cuadro 8. Periodicidad de últimas visitas a la página web

Opciones	Cantidad	%
Una semana	5	5%
Un mes	2	2%
Tres meses	2	2%
N/c	84	91%
TOTAL	93	100%



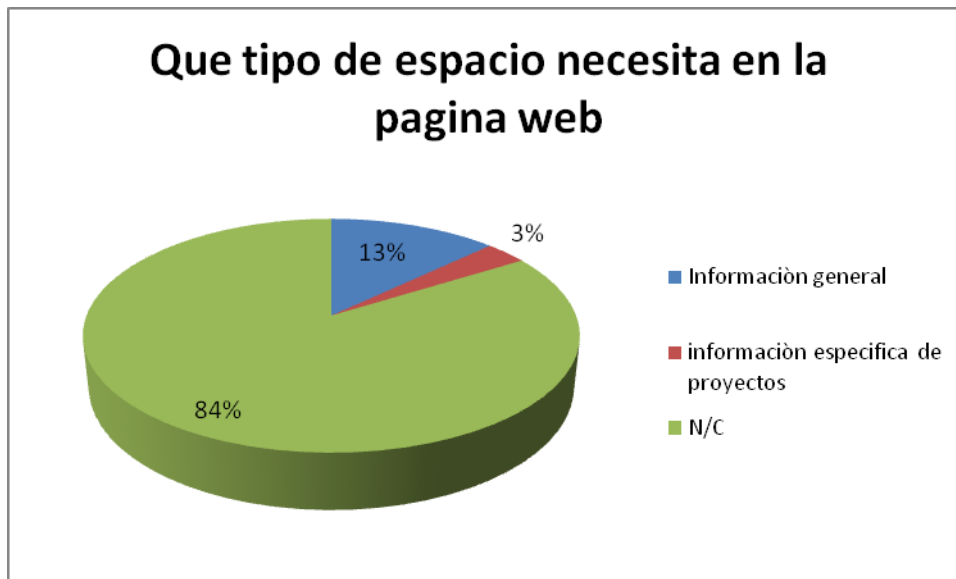
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Para conocer la periodicidad en las visitas realizadas a la página, se realizó una pregunta de opción múltiple. El 6% respondió haberla visitado hace una semana antes de aplicada la encuesta, el 2% hace un mes, y el 2% manifiesta haberla visitado hace tres meses aproximadamente. El 90% de los encuestados no responden a la pregunta planteada por diversas circunstancias, siendo dicho porcentaje el público objetivo, al cual se tiene que persuadir sobre los beneficios que se obtendrán si visita la página web y la convierte en un medio de comunicación con el personal del CADERS.

Cuadro 9. Espacios que se necesitan en la página web

Opciones	Cantidad	%
Información general	12	13%
información específica de proyectos	3	3%
N/C	78	84%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Es fundamental conocer las necesidades de los beneficiarios, ya sea para mejorar el servicio prestado o a su vez cubrir un nicho de mercado existente, para lo cual, obtener la información de primera mano es una estrategia muy bien aplicada, el 13 % de los encuestados manifiesta necesitar que la página web contenga información general del proyecto CADERS, como es: datos de la empresa, filosofía, contactos, cobertura etc; solamente el 3% afirma necesitar información específica de los proyectos manejados por los técnicos del CADERS.



Cuadro 10. Criterios de importancia en lo que respecta a la organización del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	27	29%
Algo importante	9	10%
Poco importante	1	1%
Nada importantes	1	1%
n/c	55	59%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

Elaboración: Autor

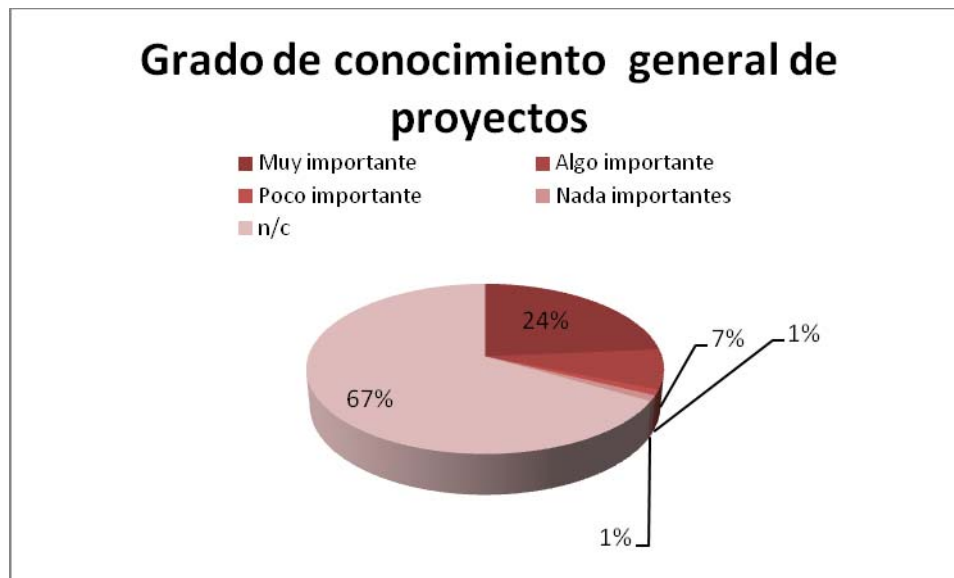


La aplicación de preguntas en batería dio buenos resultados en las encuestas realizadas, ya que se puede optimizar tiempo y recursos en la elaboración de las mismas, pues los encuestados, tienen mayor opción de respuesta. Para proponer un plan de mejoramiento es fundamental conocer el grado de importancia que los beneficiarios del proyecto CADERS dan a ciertos temas como la organización del CADERS. El 29% respondió que es muy importante que esta información se encuentre disponible en la página web de la institución, el 9% considera que es algo importante, el 1% poco importante y otro 1% nada importante. El 59% no contesta, pues casi en su totalidad manifiestan no conocer la página, por lo que se les pidió pasar a otra pregunta, es por esto que los porcentajes de N/C es alto en la mayoría de los casos, lo cual refleja la necesidad de lograr que los beneficiarios visiten el sitio web.



Cuadro 11. Nivel de importancia del conocimiento general de los proyectos

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	22	24%
Algo importante	7	7%
Poco importante	1	1%
Nada importantes	1	1%
n/c	62	67%
TOTAL	93	100%



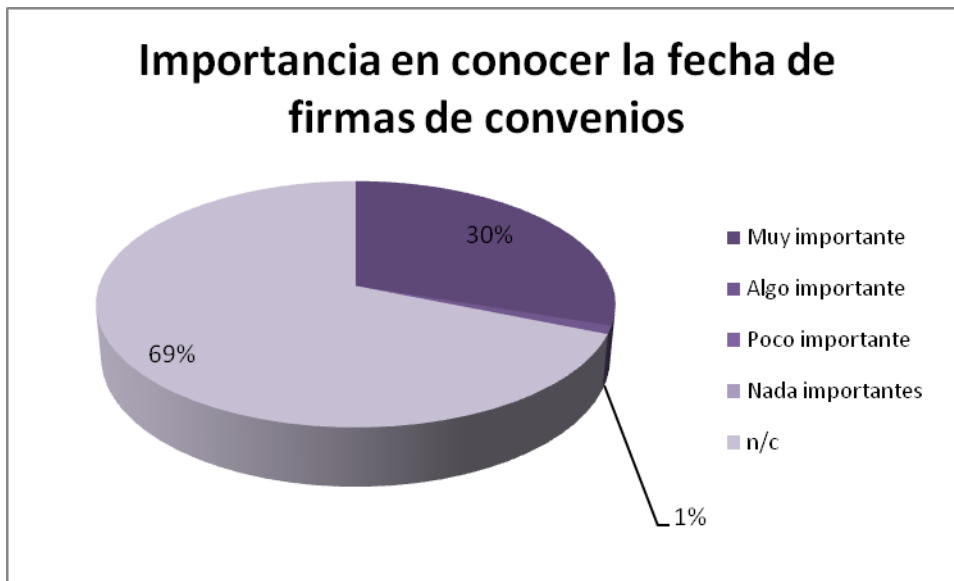
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



A esta pregunta el 67% de los encuestados no respondió, pues existe desconocimiento a cerca de los proyectos, lo cual da a conocer que los beneficiarios no están bien informado de los procesos; sin embargo, el 24% afirma que es muy importante esta información, mientras que el 8% manifiesta que resulta algo importante contar con esa información en la página web; el 1% dice tener poca importancia y otro 1% nada de importancia.

Cuadro 12. Nivel de importancia en conocer fechas de firmas de convenios

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	28	30%
Algo importante	1	1%
Poco importante	0	0%
Nada importantes	0	0%
n/c	64	69%
TOTAL	93	100%



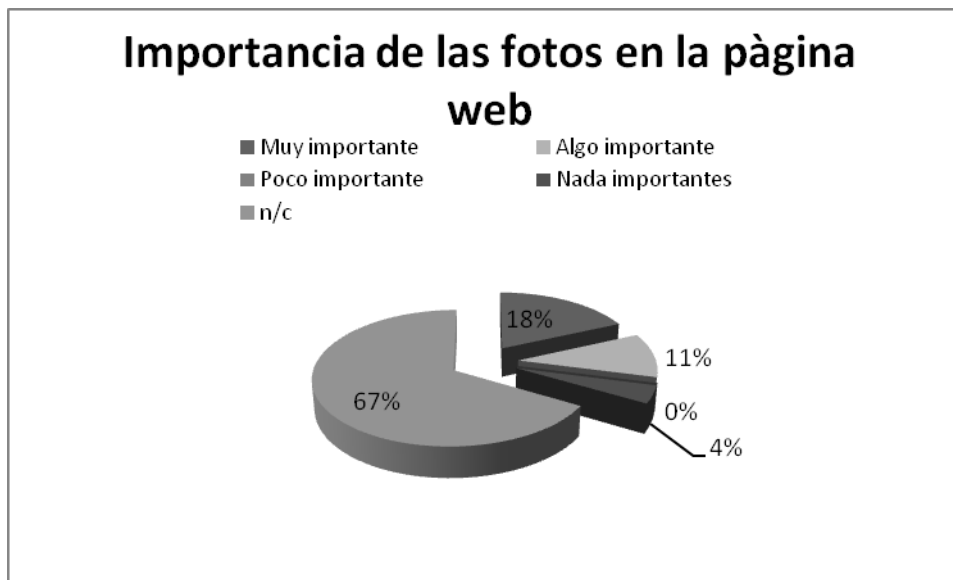
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Conocer sobre la fecha de las firmas de los convenios, en la página web resulta muy importante para el 30% de los beneficiarios del proyecto CADERS, solamente le 1% opina que es algo importante y el 69% no responde, por desconocer el sitio web.



Cuadro 13. Importancia de las fotos en la página web del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	17	18%
Algo importante	10	11%
Poco importante	0	0%
Nada importante	4	4%
n/c	62	67%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

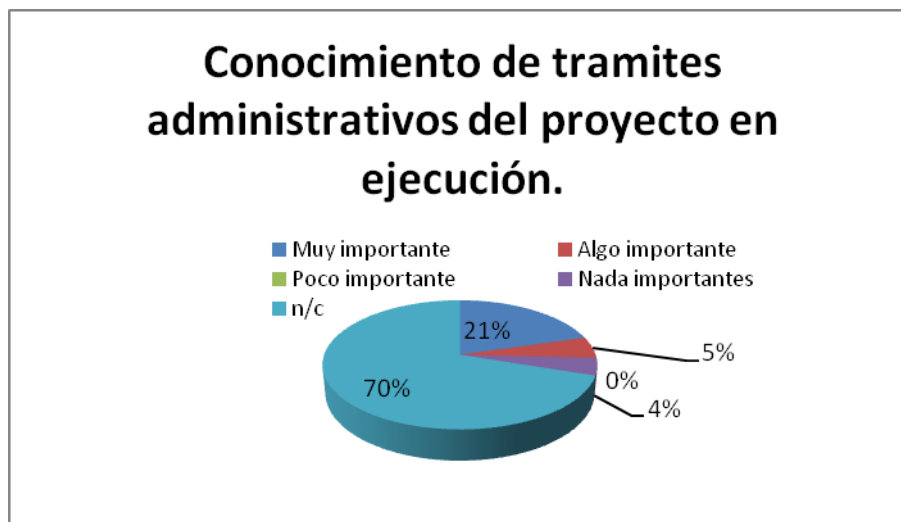
El 18% de los beneficiarios opina que es muy importante, presentar la pagina web del CADERS con fotos incluidas, ya sea de los eventos realizados, proyectos cofinanciados etc, resulta algo importante para el 11%, y un 4% opina que



no es nada importante, si se pone a disposición del usuario, se mantiene el 67% sin emitir comentarios debido a su falta de conocimiento.

Cuadro 14. Conocimiento de los trámites administrativos del Proyecto en ejecución.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	19	21%
Algo importante	5	5%
Poco importante	0	0%
Nada importante	4	4%
n/c	65	70%
TOTAL	93	100%



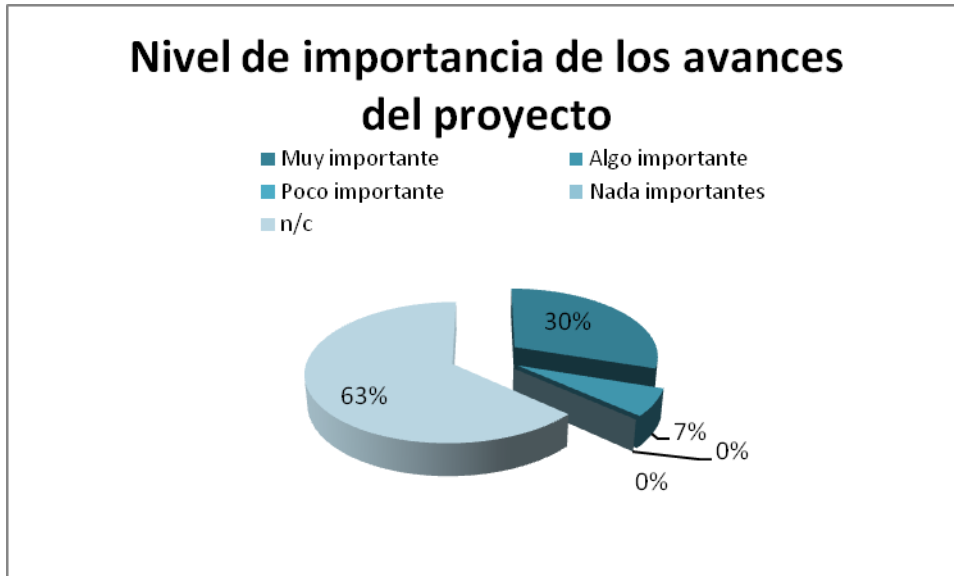
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Sobre el avance de los trámites administrativos, de los proyectos en ejecución, resulta muy importante para el 20% de los encuestados, el 5% opina que es algo importante, mientras que el 4% dice no tener importancia conocer si estos datos están o no, en la página web; el 70% restante no contesta, pues consideran que primero tendrían que ingresar a la pagina para poder emitir comentarios sobre su funcionamiento.

Cuadro 15. Nivel de importancia sobre los avances del proyecto

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	28	30%
Algo importante	6	7%
Poco importante	0	0%
Nada importantes	0	0%
n/c	59	63%
TOTAL	93	100%



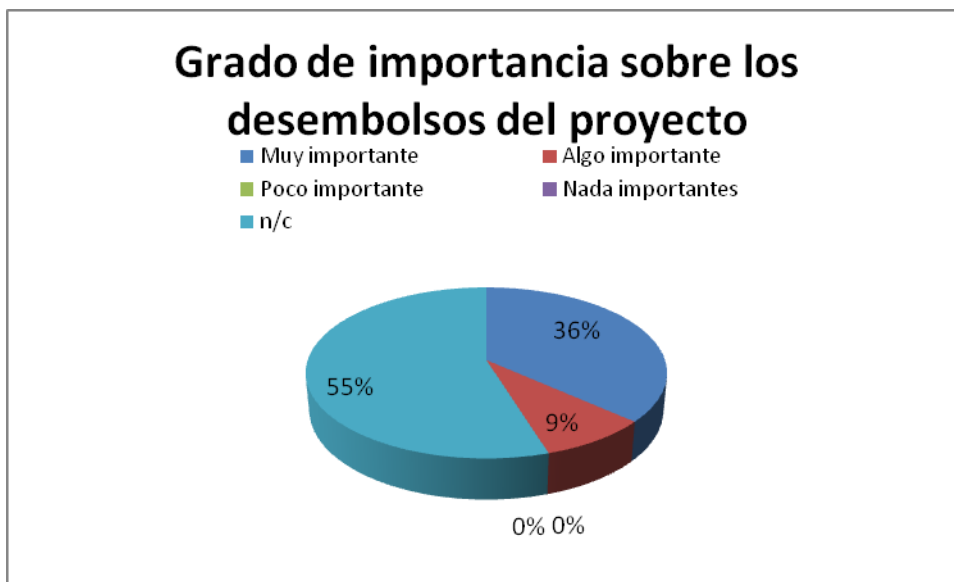
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Publicar información sobre los avances del proyecto, sería muy importante para el 30% de los beneficiarios del CADERS, para conocer la información de primera mano, pues sería emitida por los técnicos del CADERS que son los que manejan los proyectos en tiempo real; es decir, cuando se ejecuten los cambios y no esperar viajar largas horas para conocer los resultados, el 7% dice que esta información es poco importante, pues existen otras necesidades.



Cuadro 16. Grado de importancia en conocer los desembolsos que se realizan al proyecto.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	34	37%
Algo importante	8	9%
Poco importante	0	0%
Nada importantes	0	0%
n/c	51	54%
TOTAL	93	100%



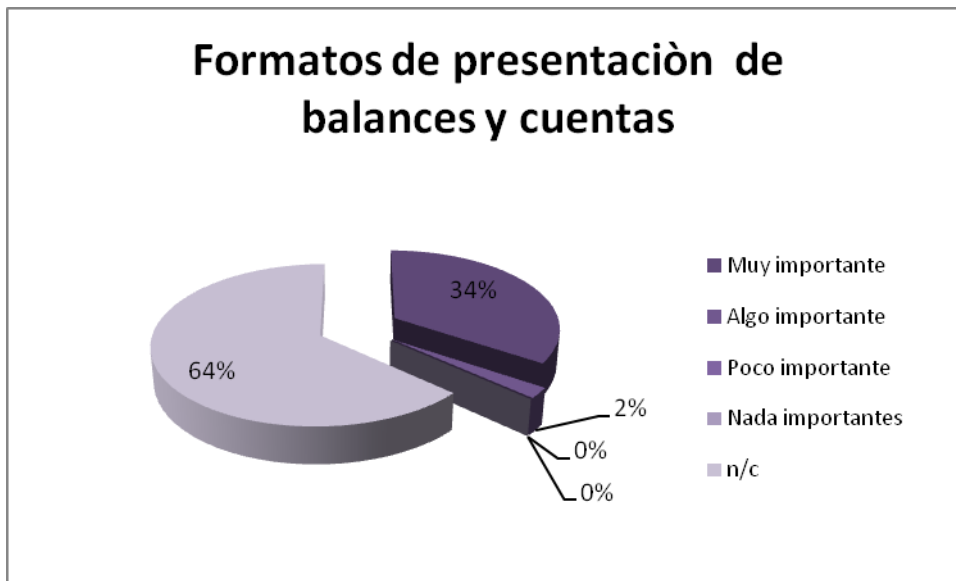
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Conocer los desembolsos de efectivo que el proyecto CADERS realiza a las asociaciones, es muy importante para el 37% de los encuestados que respondieron a esta pregunta, pues este proceso representa de cierto modo, los avances que van obteniendo los proyectos. El 9% opina que es poco importante esta información.

Cuadro 17. Nivel de importancia en conocer el formato de presentación de balances y cuentas.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	32	34%
Algo importante	2	2%
Poco importante	0	0%
Nada importantes	0	0%
n/c	59	64%
TOTAL	93	100%



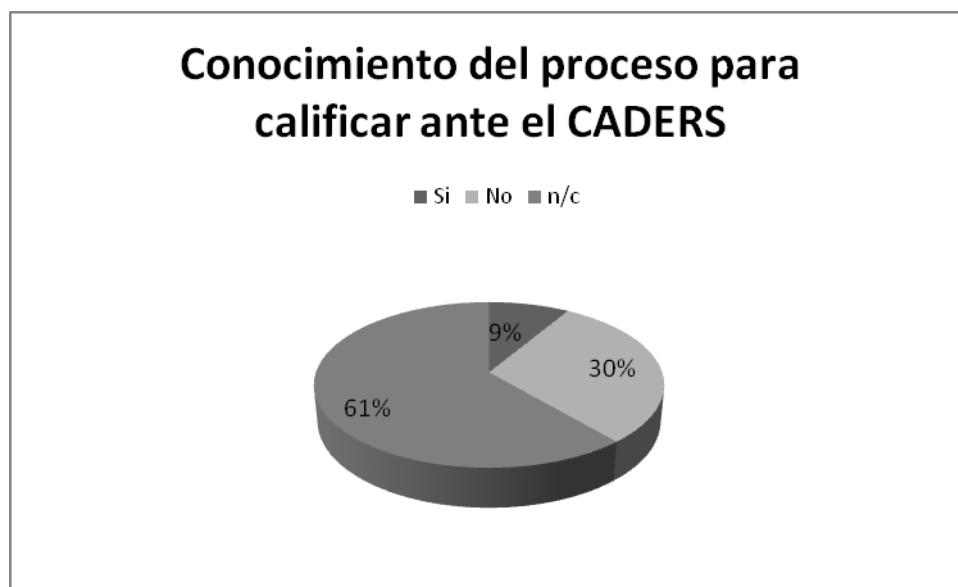
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Si bien toda información financiera de una empresa, y para nuestro caso de estudio el de una asociación debería mantenerse como confidencial, el 34% de los beneficiarios encuestados opina que sería muy importante encontrar disponible esta información en la página web de la institución, porque de este modo se conocería la forma en la que se está invirtiendo el dinero del proyecto, el 2% dice que esta información es algo importante, y el 64% se abstiene de opinar por la falta de conocimiento.



Cuadro 18. Conocimiento del proceso para calificar un proyecto ante le CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Si	8	9%
No	28	30%
n/c	57	61%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

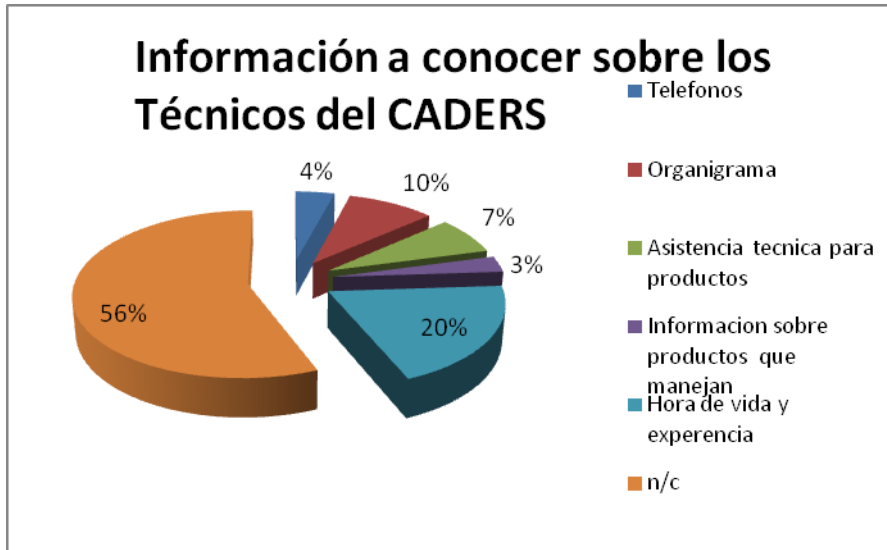
Si bien, el procedimiento para calificar un proyecto ante el CADERS no es tan sencillo, el 30% de los encuestados afirma conocer de una u otra manera sobre estos parámetros que deben seguir las asociaciones que quieran



calificar, el 9 % dice no conocer los procedimientos y el 61% se abstiene de opinar con respecto a esta pregunta, pues, muchos de ellos dejan esa labor a la persona responsable de la comunicad beneficiaria, siendo el presidente de la misma quien debería encargarse de todo el proceso.

Cuadro 19. Información que los beneficiarios desearía conocer de los técnicos del CADERS?

Opciones	Cantidad	%
Teléfonos	4	4%
Organigrama	9	10%
Asistencia técnica para productos	7	7%
Información sobre productos que manejan	3	3%
Hora de vida y experiencia	19	20%
n/c	54	56%
TOTAL	96	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

Elaboración: Autor

Los técnicos del CADERS, son un elemento muy importante para la organización, y el buen desarrollo del proyecto; el CADERS cuenta con 6 técnicos en la Provincia del Azuay, los cuales se encargan de coordinar el proceso y buen funcionamiento de los proyectos que maneja la institución, son quienes están en contacto con los beneficiarios y conocen muy de cerca las necesidades e inquietudes de su grupo de trabajo, por tal motivo, es importante conocer algunos datos básicos sobre los mismos.

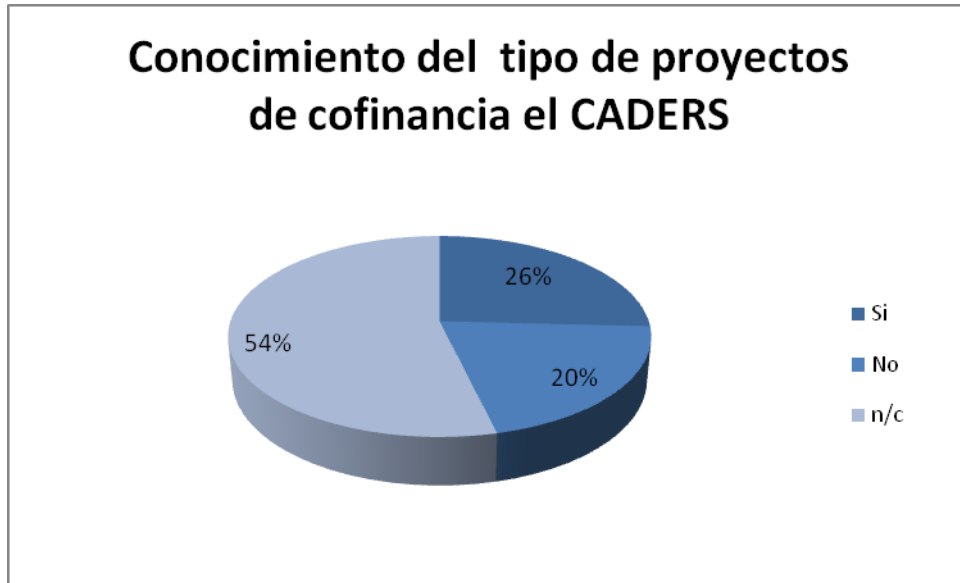
El 4% de los beneficiarios opinan que es importante conocer los números de teléfonos de los técnicos, el 10% manifiestan que, conocer el organigrama que maneja cada técnico también es importante para la organización;



informar sobre el apoyo que los técnicos dan a los proyectos, es importante para el 7% de los encuestados, pues de esta manera se facilita el trabajo organizacional de las asociaciones, si los beneficiarios conocen la diversificación de productos y de proyectos que manejan cada técnico, sería mucho más fácil identificar al persona idónea para consultarle sobre determinado proyecto, de este modo se podría optimizar el tiempo en la consulta, esto opinan el 3% de los encuestados, todos los técnicos que laboran en el CADERS tienen perfiles agropecuarios, es decir son personas capacitadas en la rama, que tienen sólidos conocimientos en la agricultura, no obstante existe la inquietud por parte del 20% de los beneficiarios del proyecto conocer la hoja de vida del grupo que labor en el CADERS.

Cuadro 20. Conocimiento del tipo de proyectos que cofinancia el CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Si	24	26%
No	19	20%
n/c	50	54%
TOTAL	93	100%



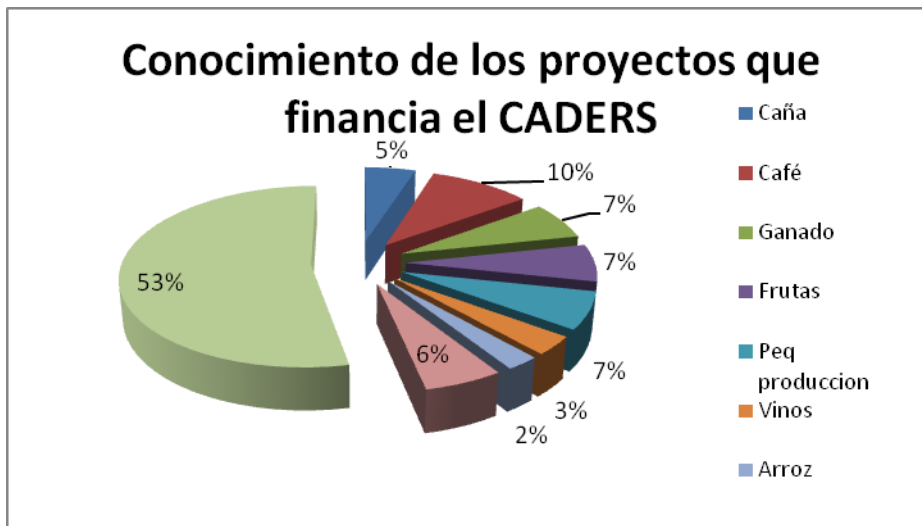
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

El 26% de los encuestados, conoce los tipos de proyectos que cofinancia el CADERS, dicho conocimiento facilita el proceso de evaluación, pues al conocer el ámbito de trabajo se evitan presentar planes de negocio que obviamente serán rechazados; sin embargo el 20% desconoce dicha información, encontrando un gran nicho de mercado en cuanto a la emisión de información hacia el grupo objetivo.



Cuadro 21. Conocimiento del tipo de proyectos que co financia el CADERS

Opciones	Cantidad	%
Caña	6	5%
Café	12	10%
Ganado	8	7%
Frutas	8	7%
Varios	8	7%
Vinos	4	3%
Arroz	3	2%
Lácteos	7	6%
n/c	64	53%
TOTAL	120	100%



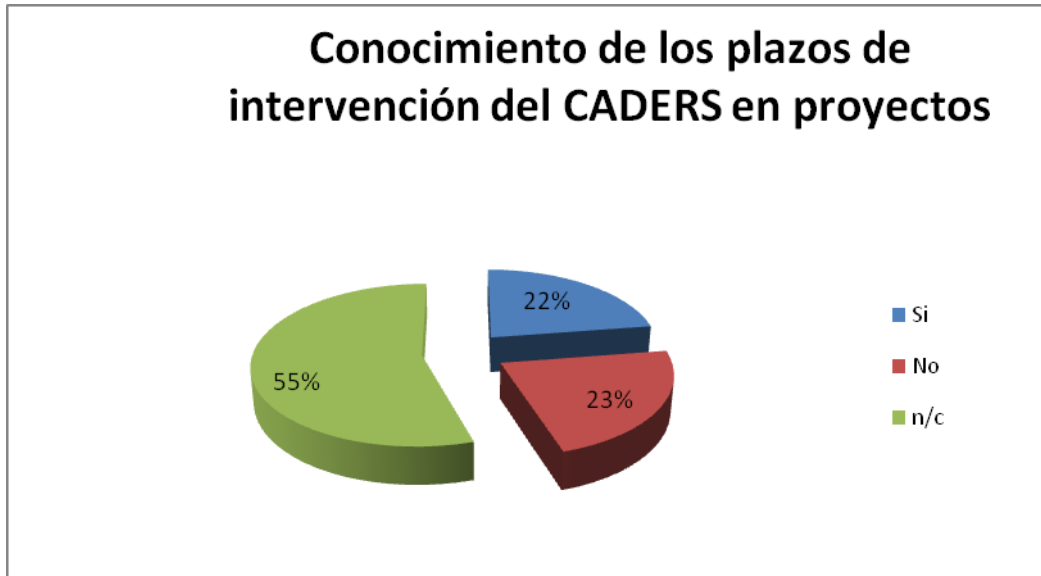
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Existe información que es conocida por parte de los beneficiarios del CADERS como por ejemplo el conocimiento sobre los proyectos que se manejan, en este caso tenemos que el 48% de los encuestados conocen los productos que se manejan como son: caña de azúcar 5%, café 10%, ganado 7%, frutas 7%, vinos 3%, arroz 3%, lácteos 6%, y el 7% de los encuestados conocen varios productos que se manejan.

Cuadro 22. Conocimiento de los plazos de intervención del CADERS

Opciones	Cantidad	%
Si	21	22%
No	21	23%
n/c	51	55%
TOTAL	93	100%



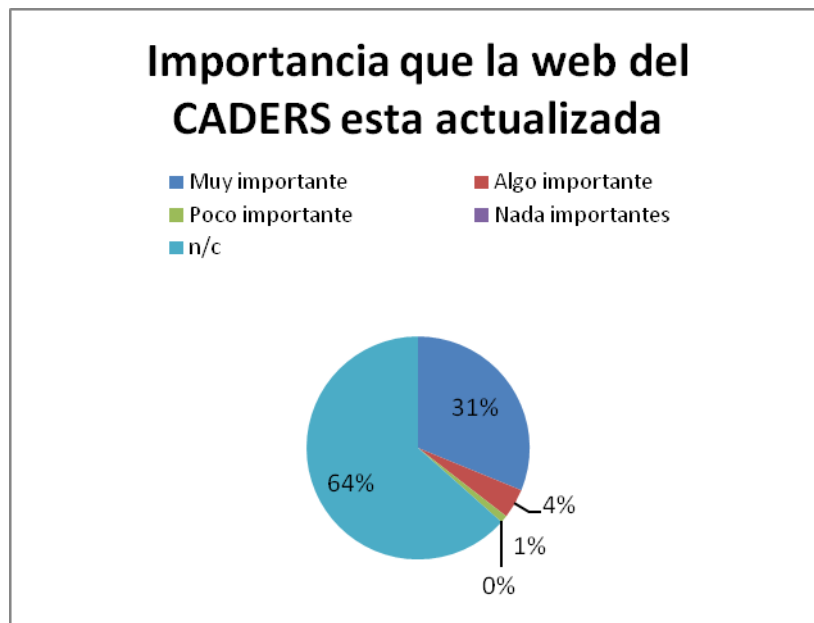
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Del total de encuestados, el 23% afirma conocer los plazos de intervención del CADERS; otro 23% desconoce esa información; y el 55% no contesta, pues en muchos de los casos, por no participar directamente en las reuniones no conocen la respuesta.



Cuadro 23. Grado de importancia que la web del CADERS esté actualizada.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	29	31%
Algo importante	4	4%
Poco importante	1	1%
Nada importante	0	0%
n/c	59	64%
TOTAL	93	100%



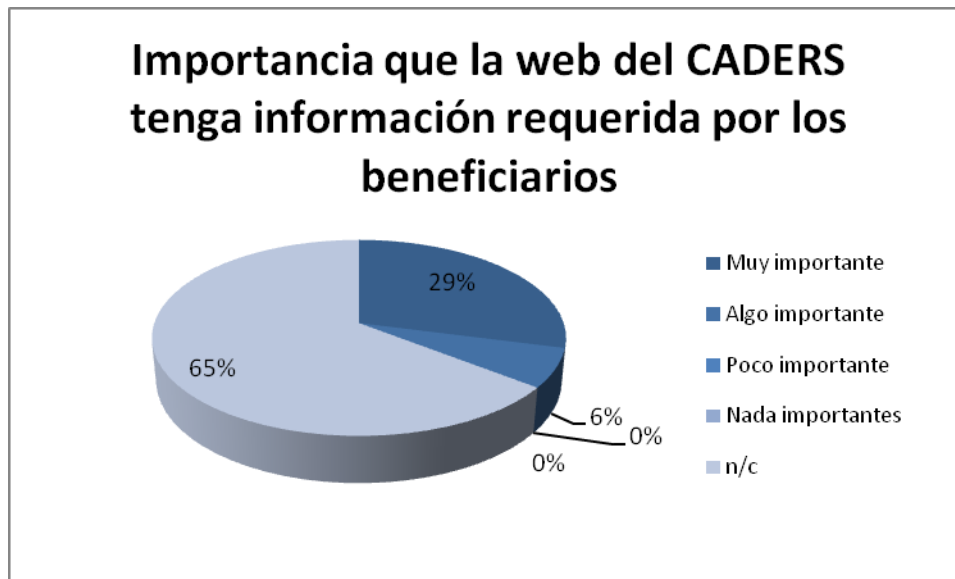
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Existen prioridades de información, por los que se les ha planteado preguntas que realmente resulten importantes para el mejoramientos de la página web del CADERS, entre estos puntos tenemos la importancia que representa que la página web este actualizada a lo que respondieron el 31 % que es muy importante este punto, el 4% manifiesta que es algo importante tener los datos actualizados, solamente el 1% opina que no es importante y finalmente el 64% se abstiene de contestar por desconocimiento.

Cuadro 24. Importancia que la web del CADERS posea información necesaria.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	27	29%
Algo importante	6	6%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
n/c	60	65%
TOTAL	93	100%



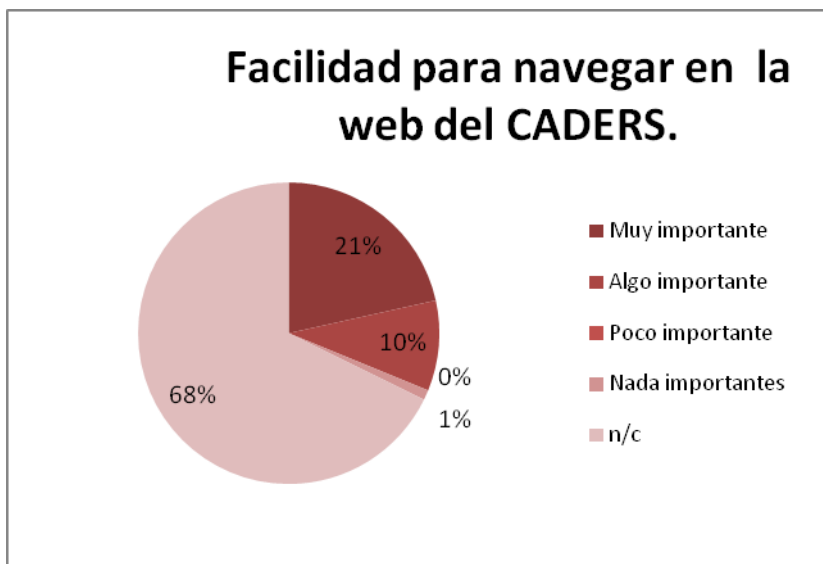
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Si el navegante ingresa a la página web del CADERS y se da cuenta que, ésta no tiene la información necesaria, no volverá a visitarla; por esto, el 29% considera que es muy importante que se incluya información que sea de interés para los beneficiarios; de otro modo, si se logra que los beneficiarios del proyecto visiten la pagina, se tiene una ventaja, la cual debería ser aprovechada y satisfacer al cliente para lograr la fidelización del mismo, el 6% dice que, encontrar disponible la información es, algo importante, para la aceptación de la pagina como medio de comunicación entre CADERS y los beneficiarios. El 65% de los encuestados, no responden la pregunta.



Cuadro 25. Importancia del acceso y la facilidad de navegar la página web del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	20	21%
Algo importante	9	10%
Poco importante	0	0%
Nada importante	1	1%
n/c	63	68%
TOTAL	93	100%



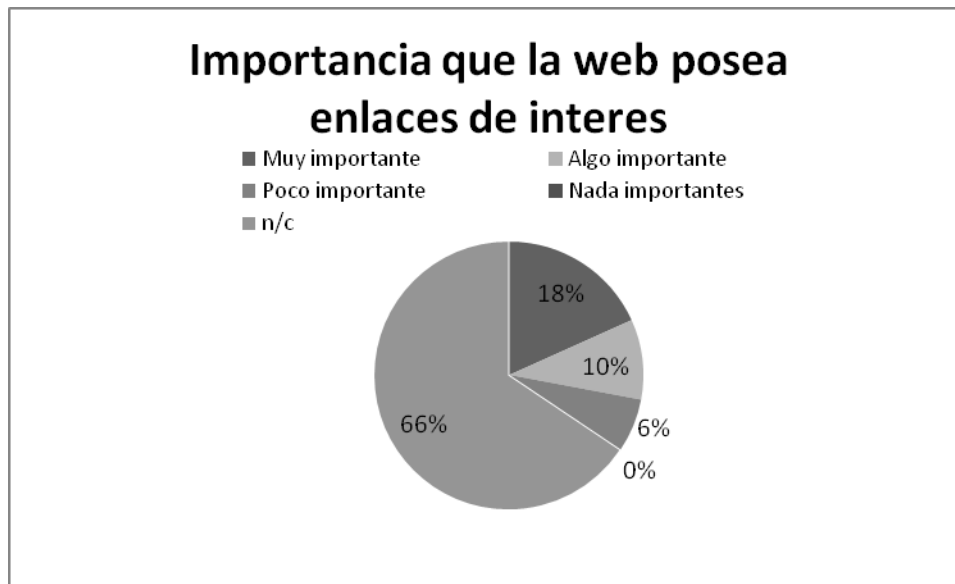
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



El 32% de los encuestados opina que, si navegar en la página web del CADERS resulta fácil, entendible y no complicado, tendrá muy buena acogida por parte del grupo objetivo, para esto se propone optimizar la información y transformar el proceso de comunicación e interacción en un método sencillo y manejable, sin descuidar la imagen y la importancia de su contenido.

Cuadro 26. Importancia de enlaces en la página web del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	17	18%
Algo importante	9	10%
Poco importante	6	6%
Nada importante	0	0%
n/c	61	66%
TOTAL	93	100%



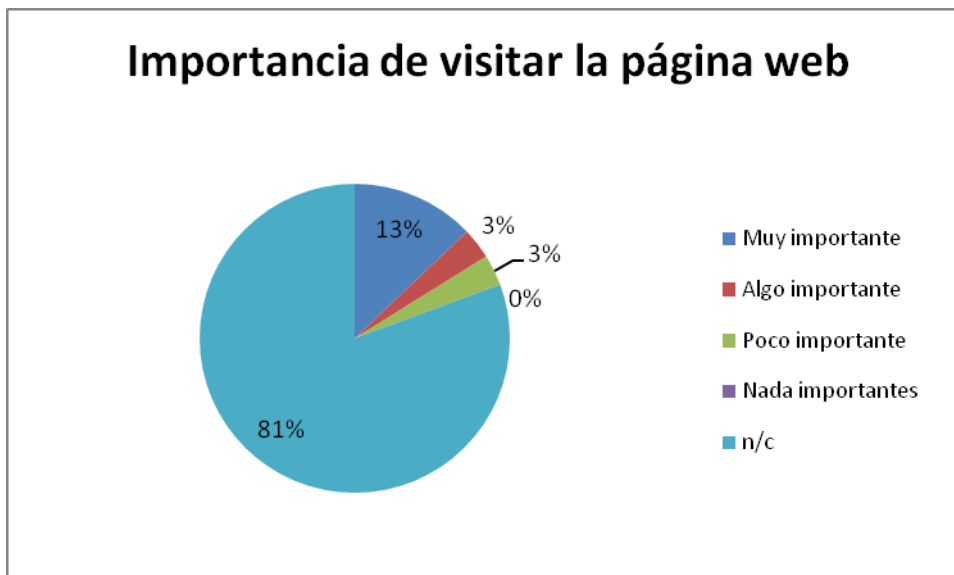
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

La acogida que la página web del proyecto CADERS obtenga, depende de diversos factores, entre ellos, la utilidad que la misma ofrezca, es por esto que para el 28% resulta importante que tenga enlaces que sean de interés del grupo objetivo, más aun cuando la perspectiva que se tiene sobre la página, no es solamente de un medio de comunicación, sino además de un medio de apoyo para el desarrollo y agilidad de los proyectos; solamente un 6% opina que es poco importante si contiene o no, este tipo de enlaces.



Cuadro 27. Importancia de visitar la página WEB del CADERS?

Opciones	Cantidad	%
Muy importante	12	13%
Algo importante	3	3%
Poco importante	3	3%
Nada importantes	0	0%
n/c	75	81%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

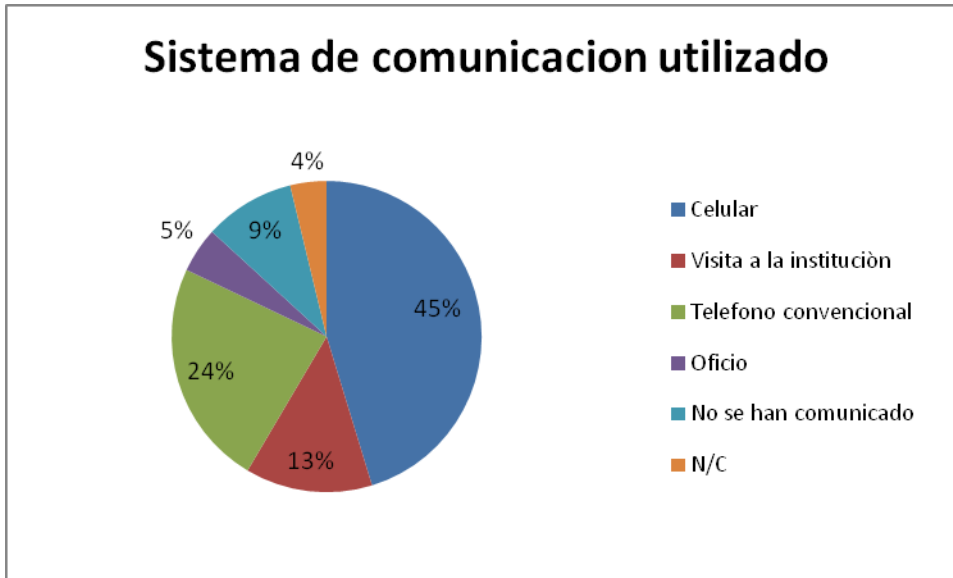
Elaboración: Autor



De contener la página web del CADERS las características requeridas, se preguntó qué grado de importancia tendría la visitas a la misma a lo que respondieron el 81% que sería muy importante visitar la página, el 3% manifiesta que la visita sería algo importante y otro 3% que sería poco importante, por lo que se define una muy buena aceptación por parte del grupo objetivo.

Cuadro 28. Sistema de comunicación que se utiliza para contactar a los funcionarios del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Celular	48	45%
Visita a la institución	14	13%
Teléfono convencional	25	24%
Oficio	5	5%
No se han comunicado	10	9%
N/C	4	4%
TOTAL	106	100%



Resultando un alto costo para el beneficiario pues, este tipo de alternativa de comunicación, tiene varios **Fuente:** Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

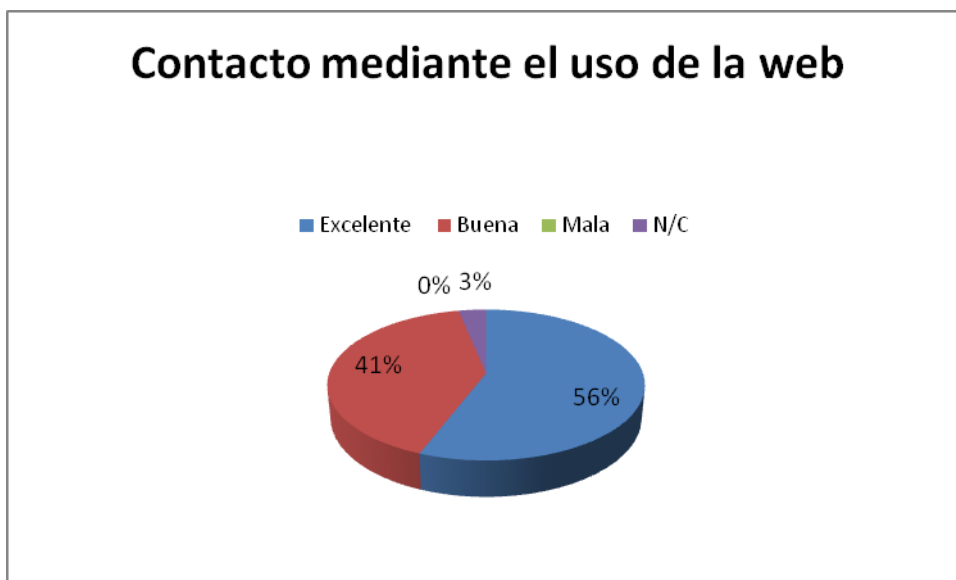
inconvenientes en cuanto a conectividad, gasto, tiempo aire etc.; el 13% visita la institución desde sus lugares de residencia, teniendo que planificar su viaje, costos, viáticos, y con el riesgo de que su traslado no sea relevante ni necesario en muchos de los casos; el 24% El 45% responde que para comunicarse con el CADERS, utiliza el celular, utiliza el teléfono convencional como medio de comunicación alternativo, todavía el 5% mantiene el precario medio de comunicación que es el envío de oficios mediante correo, esto representa pérdida de tiempo pues el traslado depende del lugar de origen y de la rapidez de la contestación y el envío de regreso a su comunidad; y tenemos un 9% que no ha realizado el contacto directo con



los funcionarios y técnicos del CADERS si no por medio del representante de la comunidad.

Cuadro 29. Comunicación mediante la página web con el personal del CADERS.

Opciones	Cantidad	%
Excelente	52	56%
Buena	38	41%
Mala	0	0%
N/C	3	3%
TOTAL	93	100%



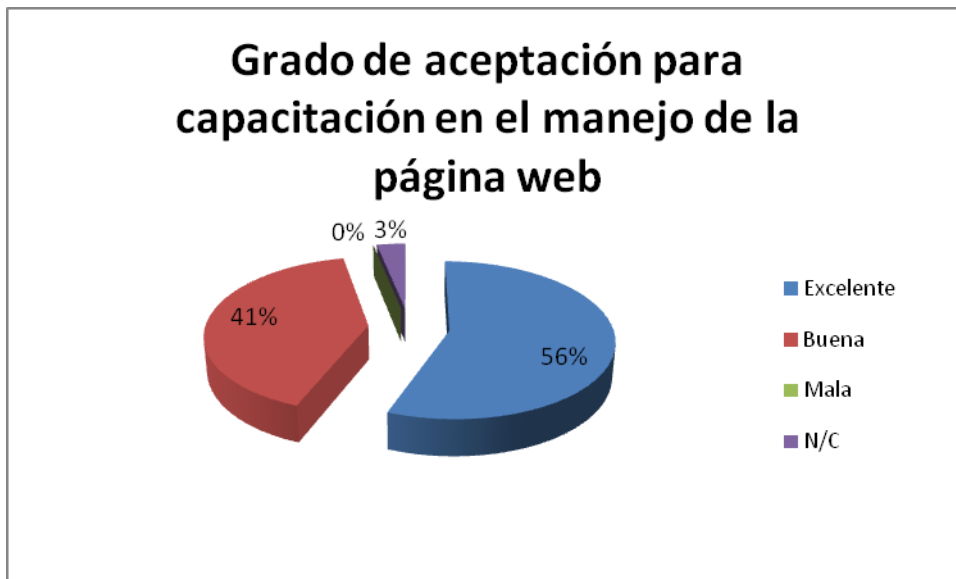
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor



Al plantear la posibilidad de que la comunicación entre directivos, técnicos y beneficiarios del CADERS, se podría realizar por medio de la pagina web, eficiente eficaz y veraz, el 97% de los encuestados opina que es una excelente y muy buena idea, pues tanto el CADERS representado por técnicos y los beneficiarios en su totalidad se beneficiarán de este proceso de optimización de tiempo y recursos económicos.

Cuadro 30. Aceptación de beneficiarios a un curso de capacitación de la página web del CADERS?

Opciones	Cantidad	%
Excelente	52	56%
Buena	38	41%
Mala	0	0%
N/C	3	3%
TOTAL	93	100%



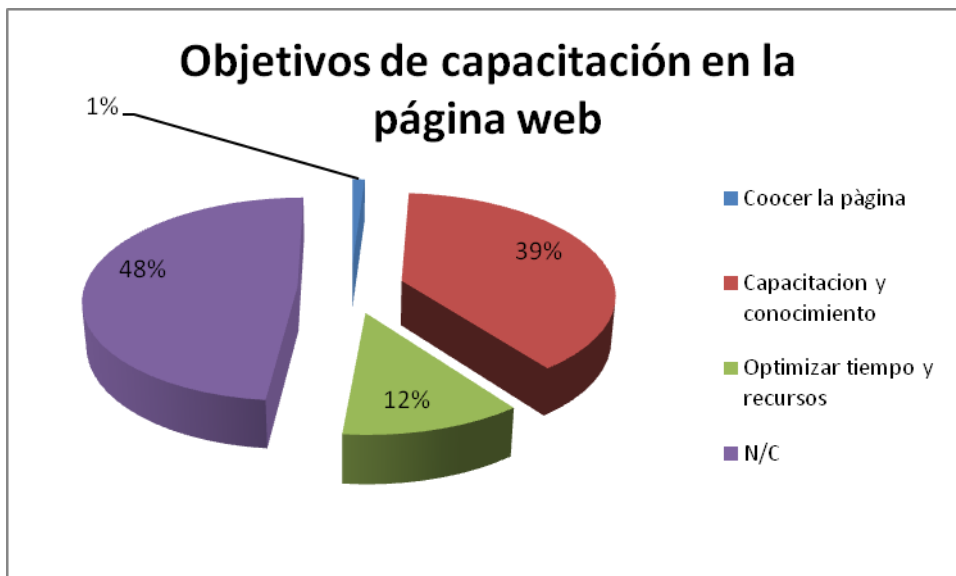
Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaborado por: El Autor

Para mejorar la competitividad en la comunicación entre el grupo CADERS y sus beneficiarios, es necesario que esta tenga fluidez, eficiencia y eficacia, para lo cual se plantea un taller de capacitación en donde se impartirá todos los conocimientos para lograr el adiestramiento en el manejo de la página web por parte de los beneficiarios, desde sus propias comunidades, al consultarle la disposición ante este planteamiento el 96% afirmó que asistiría de muy buena manera a la capacitación.



Cuadro 31. Objetivos de capacitación.

Opciones	Cantidad	%
Conocer la página	1	1%
Capacitación y conocimiento	36	39%
Optimizar tiempo y recursos	11	12%
N/C	45	48%
TOTAL	93	100%



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay

Elaboración: Autor

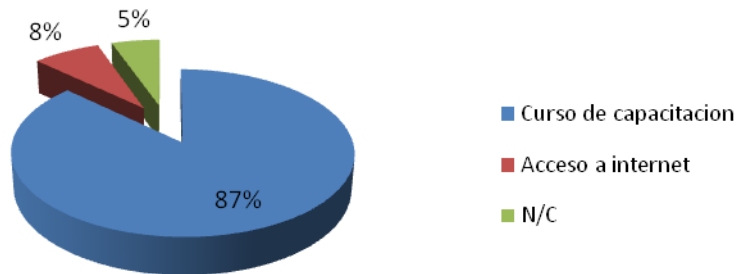


Si bien existe buena predisposición por parte del grupo objetivo ante la capacitación, también es muy importante saber qué es lo que les motiva para asistir a dicho taller, a lo cual respondieron el 39% que asistirá por capacitarse, porque siempre es bueno conocer el uso de nuevas tecnologías, el 12% espera que represente la optimización de tiempo, y recurso económicos.

Cuadro 32. Métodos propuestos por los beneficiarios que facilitarían el aprendizaje.

Opciones	Cantidad	%
Curso de capacitación	81	87%
Acceso a internet	7	8%
N/C	5	5%
TOTAL	93	100%

Métodos que facilitarían el proceso de aprendizaje.



Fuente: Encuestas a los beneficiarios del proyecto CADERS en la provincia del Azuay
Elaboración: Autor

Encontrar el método adecuado para capacitar a determinado grupo de personas, resulta un tanto difícil, pero se complica un tanto, cuando este grupo de personas en gran parte son adultos mayores, por lo que se decide consultar al mismo grupo de personas, cuál cree que sería el método más adecuado para impartir nuevos conocimientos?, el 87% afirma que los talleres de capacitación, dictados de una manera sencilla, entendible y por técnicos que conozcan de los proyectos manejados, sería la forma más idónea para lograr el triunfo y la eficacia esperada; el 8% al tener conocimiento sobre internet prefiere recibir conocimientos mediante la web.



CAPITULO 8

8.1.1. Introducción

Luego de haber realizado el diagnóstico y expuestos los resultados de las encuestas realizadas a los beneficiarios del proyecto CADERS, y con el fin de proponer los medios necesarios y efectivos para la transmisión de la información generada a todos los beneficiarios del proyecto y fomentar la comunicación interna entre beneficiarios, técnicos y dirigentes, es imprescindible, establecer un plan de comunicación directa, que establezca pautas y procedimientos a seguir, para obtener mayor fluidez en la comunicación, optimización de recursos: económicos, humanos, y de tiempo; para cumplir con este objetivo propongo un plan de capacitación para el uso y manejo de la página web del CADERS, dicha página se convertiría en el medio de comunicación adecuado para cumplir con los objetivos del plan. El programa de capacitación plantea que la mayoría de los agricultores, campesinos beneficiarios deben adquirir nuevos conocimientos, habilidades, actitudes y hasta valores que les permitan atender la creciente demanda, propias y de la comunidad. Todo esto favorecerá el uso de página web, con el fin de poder coordinarse de la mejor forma con los beneficiarios,



facilitará el trato con estos y así manejar de mejor forma el proceso de comunicación.

8.2 FODA.

Basado en el resultado de las encuestas, y con el apoyo de los beneficiarios del proyecto a continuación se realiza el análisis FODA del proyecto.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Conocimiento de las necesidades del grupo objetivo	Ventaja sobre la competencia.
Acercamiento con los beneficiarios.	Uso de tecnologías avanzadas para la producción.
Reducción de tiempo en los trámites.	Posicionamiento del proyecto.
Personal capacitado	Captación de recursos para la ejecución de proyectos productivos.
Fluidez y mejoramiento en los procesos de comunicación.	Predisposición por parte de los beneficiarios.



DEBILIDADES	AMENAZA
Dependencia de la tecnología.	Edad de los beneficiarios.
Propensos a los infaltables fallos tecnológicos	Que el entorno externo ante el cambio desista de la utilización de la página web.
Fuga de información	Costo de inversión.
Falta de capacitación.	Falta de financiamiento para el proyecto.
Poca utilización del internet.	Competencia de otros proyectos con mayores ventajas.

8.2.1 Fortalezas:

8.2.1.1 Conocimiento de las necesidades del grupo objetivo.

Al mejorar la comunicación con el grupo objetivo se obtiene con mayor fluidez y certeza las necesidades de los beneficiarios del proyecto CADERS.



8.2.1.2 Acercamiento con los beneficiarios.

Mantenerse en constante contacto con los beneficiarios, crea un ambiente de fraternidad y confianza, pues los beneficiarios se sentirán comprendidos y respaldados por los directivos y técnicos del CADERS al poder comunicarse en tiempo real sin necesidad de largos viajes.

8.2.1.3 Reducción de tiempo en los trámites.

Mediante la utilización de la página web del CADERS se permitirá reducir los tiempos de trámites que anteriormente, representaba: contar con disposición de un técnico para que realice el viaje, gastos de viajes, tiempo, viáticos, y en muchos de los casos por asuntos que no requerían visita técnica.

8.2.1.4 Fluidez y mejoramiento en los procesos de comunicación.

Al estar conectados en red, tanto los directivos como técnicos y personal del CADERS, conocerá la información proporcionada por el beneficiarios y se podrá resolver la situación de la forma más rápida, pues todos los departamentos involucrados podrán dar su punto de vista al mismo tiempo permitiendo que no exista discordancia de información que posean estos datos, ya que los proyectos manejados requieren de un equipo de trabajo para su



desarrollo, permitiendo todo esto producir eficientemente, es decir, más unidades de proyectos a menor costo.

8.2.2 Debilidades:

8.2.2.1 Dependencia de la tecnología.

Tanto personal administrativo, técnicos como beneficiarios se hacen dependientes de la información otorgada por la página web del CADERS para la toma de decisiones.

8.2.2.2 Propensos a los infaltables fallos tecnológicos

El grupo de trabajo esta propenso a los fallos tecnológicos, que en este caso pueden sufrir las computadoras o el sistema de internet pudiendo provocar la eliminación y pérdida de la información tanto de beneficiarios como del grupo CADERS.

8.2.2.3 Fuga de información.

Debido a que la página web del CADERS permite la visita a cualquier funcionario, involucrado en el proyecto y la información fluye por toda la empresa, los datos son propensos a que un funcionario pudiera vender la información a una empresa competidora.

8.2.2.4 Poca utilización del internet.

Debido a que algunas de las comunidades en donde se encuentran las asociaciones beneficiarias, quedan



ubicadas en las afueras de la ciudad, existe la posibilidad de no tener acceso al Internet, lo cual podría dificultar el proceso de aprendizaje y comunicación.

8.2.3 Oportunidades.

8.2.3.1 Ventaja sobre la competencia.

Poder obtener y sacar alguna ventaja sobre aquellas ONG o empresas que no utilicen este tipo de alternativa en la comunicación, considerando que la tecnología no sólo es los determinados software y hardware, sino también el uso del Internet.

8.2.3.2 Tecnologías avanzadas.

En este caso se refiera al hardware y software, que se utiliza para la comunicación los mismos que son un verdadero aporte al funcionamiento de la comunicación y resolución de temas involucrados en los proyectos del CADERS, y más aun si esta tecnología crea beneficios a la empresa.

8.2.3.3 Personal capacitado.

El proyecto CADERS cuenta con profesionales dentro de su grupo de trabajo, ventaja que debe ser aprovechada pues capacitar a este grupo de personas es mucho más fácil, pues tienen sólidos conocimientos con respecto a la tecnología y están más familiarizados en utilizar el Internet



las páginas web, el correo electrónico, etc. para poder informarse; por lo tanto, la empresa debería utilizar estos medios para sustentar el proyecto.

8.2.3.4 Predisposición por parte de los beneficiarios.

Según el resultado de la encuesta realizada a los beneficiarios del proyecto CADERS el 97% afirma que es muy buena idea interactuar por medio de la página web de la institución, de la misma forma el 97% afirma estar dispuesto a asistir a curso o talleres que se dicten para obtener nuevos conocimientos sobre la forma de cómo contactarse con el personal del CADERS, mediante la utilización de la página web.

8.2.4 Amenazas.

8.2.4.1 Edad de los beneficiarios.

Según la encuesta el 73% de los beneficiarios del proyecto están en una edad comprendida entre 38 y 70 años de edad, lo cual dificulta el proceso de capacitación pues son personas que desconocen en muchos casos de los procesos tecnológicos o en su defecto es muy difícil que sepan utilizar y manejar medios tecnológicos como un computador, una red o el Internet, provocando que todo el esfuerzo por implementar el nuevo sistema de comunicación, no sea utilizado por la obsolescencia en el



manejo de la tecnología por parte de los beneficiarios del proyecto.

8.2.4.2 Que el entorno externo ante el cambio desista de la utilización de la página web.

Esto manifiesta que, ante la aplicación del nuevo método de comunicación, los beneficiarios sean adversos a la utilización de tecnología computacional, provocando que la empresa no pueda integrarla a su funcionamiento, o en el caso que la integre provoque pérdidas.

8.2.4.3 Costo de inversión.

El costo de los aparatos tecnológicos, servicio de Internet incremento de los gastos sobre el consumo de la luz (principalmente por el uso de los computadores y otras tecnologías por parte de las comunidades), representa una clara amenaza para la aplicación de este sistema.

8.3 Objetivos del programa de capacitación.

Para esto se establecen, los objetivos que se desean alcanzar con este plan.

8.3.1 Objetivo General:

Mejorar la eficiencia, eficacia, competitividad e innovación tecnológica de los beneficiarios del proyecto CADERS mediante la capacitación y asistencia técnica.



8.3.2 Objetivos Específicos:

- Adiestrar a los beneficiarios del proyecto, en el manejo y uso del Internet la pagina web de la institución.
- Incrementar el nivel de conocimiento en el manejo de la web del CADERS.
- Simplificar el sistema de comunicación entre beneficiarios y CADERS.
- Optimizar tiempo y recursos en el desarrollo de las actividades.
- Adaptar la web a los cambios sugeridos por los beneficiarios del proyecto.

8.4. Público Objetivo.

EL público objetivo al que está dirigido el plan de marketing son las organizaciones de pequeños productores/as, vinculados/as a actividades agropecuarias de: hortalizas, frutas, papa, arroz, leche, maíz y cuy; que se ubiquen en el sector rural de la provincia del Azuay y sean beneficiarios activos del proyecto CADERS, según los resultados de la investigación el público objetivo está conformado en un 55% por hombres y 45% de mujeres, en donde la mayoría es decir el 73% tiene una edad comprendida entre 38 y 70 años de edad.



8.5 Filosofía del proyecto.

Para alcanzar el éxito en un proyecto, no es suficiente adoptar las herramientas planteadas, sino también establecer alternativas de mejoramiento.

8.5.1 Visión

Contribuir al desarrollo de un sistema de comunicación, factible práctico y eficiente, que sea apropiado para los beneficiarios del proyecto CADERS, de este modo simplificar el sistema la interacción entre los involucrados.

8.5.2 Misión

Optimizar tiempo y recursos en el proceso de comunicación entre beneficiarios y técnicos del CADERS, para lograr ser competitivos en el mercado local mediante la utilización de la de la tecnología.

8.5.3 Políticas

Las políticas que se implementarán en el proceso de capacitación son de respeto mutuo, colaboración, consideración, cumplimiento, paciencia, compromiso, entendimiento, todas ellas dirigidas a un mismo objetivo que es lograr el adiestramiento en el manejo de la página web del CADERS por parte de los beneficiarios.



8.5.4 Valores.

Cerciorase, que todos los beneficiarios tengan los mismos derechos en el proceso de capacitación impartida por parte de los técnicos del CADERS, ofreciendo el mismo servicio en todas las comunidades beneficiarias de este proyecto.

8.5.5 Recursos físicos.

Debido a que las comunidades están conformadas por un mínimo de 20 socios y que tiene que cumplir con requisitos indispensables, como tener un lugar de reunión, se puede afirmar que el espacio físico, para dictar el taller de capacitación no representa ningún inconveniente.

8.5.6 Recursos tecnológicos.

La tecnología no representa un obstáculo para la aplicación del curso de capacitación, pues, de existir comunidades que no posean, computadora, la institución se hará cargo de proveerlas, asumiendo como un costo de inversión.

8.6 Análisis de involucrados.

Este análisis permite plantear los recursos, mandatos, intereses, problemas percibidos, y conflictos potenciales de los grupos que intervienen y conforman el proyecto CADERS.



8.6.1. Cuadro del análisis de involucrados.

GRUPOS	INTERESES	RECURSOS Y MANDATOS	PROBLEMAS PERCIBIDOS
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO CADERS	<p><i>Mayor información disponible.</i></p> <p><i>Contacto inmediato con los técnicos del CADERS.</i></p> <p><i>Optimización de tiempo y recursos en la comunicación</i></p>	<p><i>Información de primera mano en el momento que desee.</i></p> <p>Internet las 24 horas del día, mediante nuevas tecnologías.</p> <p>Mayor facilidad y agilidad para comunicarse mediante la página web.</p>	<p><i>Que no haya acceso a Internet en la comunidad.</i></p> <p><i>Poco entendimiento de la tecnología.</i></p> <p><i>Inversión para la implementación del sistema.</i></p>
TECNICOS DEL PROYECTO CADERS	<p>Contactarse con los beneficiarios sin necesidad de viajar largas distancias.</p> <p>Optimizar tiempo y</p>	<p>Sistema tecnológico INTERNET.</p> <p>Páginas web del CADERS a disposición mediante la red.</p> <p>Conocimiento</p>	<p>Desconocimiento de la pagina web por parte del 73% del los beneficiarios del proyecto CADERS.</p> <p>Beneficiarios sin conocimiento</p>



	recursos en las visitas técnicas.	y manejo del a pagina web del CADERS.	ante el manejo del nuevo sistema. Periodo de aprendizaje y adiestramiento del sistema.
AREA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO CADERS	Mejorar la competitividad del proyecto. Agilizar las gestiones y procesos en los proyectos. Mejorar el sistema de comunicación entre beneficiarios y CADERS. Optimizar los gastos en comunicación	El proyecto cuenta con una página web. Plan de comunicación y capacitación mediante la interacción de la página web del CADERS. Buena predisposición de los beneficiarios a la capacitación. Técnicos con conocimientos sólidos.	Edad de los beneficiarios dificulta el aprendizaje. Abandono de la persistencia por aprender nuevos métodos de comunicación por parte de los beneficiarios del CADERS, ante las dificultades del proceso.



8.7 Competencia.

En este caso la competencia directa de CADERS serían las ONG's que se dedican a realizar desarrollo de proyectos agropecuarios pero que no son sostenibles ni tampoco sustentables, además de cualquier organización ya sea inclusive bancaria que pudiera facilitar crédito para emprender desarrollo productivo de manera organizacional, ya que estos no acompañan a las asociaciones u organizaciones por un tiempo determinado hasta que estas arranquen y se conviertan en verdaderas empresas que generen utilidad.

8.8 Posicionamiento.

Lograr el posicionamiento del plan de capacitación mediante la comunicación directa con el beneficiario, a través de un taller de capacitación, en donde la interacción, capacitador- beneficiario es la principal estrategia, al ser los propios técnicos los que dicten la capacitación se pretende crear un ambiente fraterno, en donde el beneficiario se sienta respaldado y confiado en el proceso de aprendizaje.

8.9 Marketing mix.

Está compuesto por las variables sobre las que la empresa puede ejercer un control. Los directivos del CADERS



tendrán que tomar sus decisiones sobre los distintos componentes del marketing Mix: Política de producto, política de precios, política de distribución, promoción y publicidad.

8.9.1 Producto.

Descripción de la página web del CADERS.

Plan de mejoramiento, propuesto según las necesidades planteadas por medio del resultado de las encuestas.

8.9.1.1 Diseño sencillo.

La primera variable que se plantea es el diseño de la página principal del CADERS, es decir la distribución de la información inmediata que se proporciona al acceder al enlace de la página web, se considera que la página principal de una página web, va a aportar muchos datos, no solo sobre el contenido sino además, sobre la imagen que quiere mostrar el proyecto CADERS, tanto en la sociedad como en el mundo de los negocios la primera impresión es lo que cuenta, y va a influir en la decisión que tomen los beneficiarios de navegar por la web y beneficiarse de sus contenidos o simplemente ignorar lo encontrado.

Basado en el resultado de las encuestas, se propone realizar los siguientes cambios en el sitio web del CADERS:



Poner a disposición, de los beneficiarios la Organización del proyecto CADERS; pues este tema resulta importante para el 29% de los encuestados, los cuales afirman que la falta de información sobre el proyecto genera un grado de inseguridad en los beneficiarios.

Conocer la fecha de firmas de convenios, resulta muy importante para el 30% de los beneficiarios, ya que se optimizará tiempo y recursos, al poder conocer la fecha solamente ingresando en la página web del CADERS, así se realizaría el viaje solamente el día establecido, sin que represente una pérdida de recursos.

Disponer de la información sobre trámites administrativos, también es un factor importante, para el 25% de los beneficiarios del proyecto CADERS, de este modo podrán asistir a las reuniones con los documentos necesarios y no perder el tiempo por la falta de alguno de ellos.

Si se detalla en la página web del CADERS, los avances que tienen los proyectos, permitirá a los beneficiarios, conocer el desarrollo de este proceso, e ir resolviendo percances, según su prioridad, éste tema resulta muy importante para el 37% de los encuestados.

Implementar la información sobre el desarrollo de los desembolsos del proyecto CADERS, es primordial para el



43% de los participantes, pues conocer esta información, permitirá realizar las negociaciones acorde al dinero con el que cuentan en ese momento.

Al poner a disposición de los beneficiarios, los formatos de presentación de balances y cuentas en la web, estos podrán revisar detenidamente los datos en el momento que lo crean conveniente, y de este modo llevar un registro indudable de cuentas, para su mayor tranquilidad.

Debido a que en el desarrollo de cualquier actividad, siempre se presentan inconvenientes, es bueno tener como respaldo los datos de las personas responsables de dichas actividades, es por esto que el 44% de los beneficiarios del proyecto necesitan que se encuentre disponible en la página web del CADERS, los siguientes datos de los técnicos:

- Teléfonos.
- Organigrama que manejan.
- Asistencia técnica para productos.
- Información sobre productos que manejan.
- Hoja de vida y experiencia en el manejo de proyectos.

Y por último es muy importante que la página web del CADERS, presente los plazos de intervención del proyecto, para que los beneficiarios realicen un seguimiento y



conozcan la etapa en la que se encuentra su proyecto y no se creen falsas expectativas a cerca del desarrollo.

Después de realizar un breve análisis de estos requerimientos se puede afirmar que, el cumplimiento de las expectativas de los beneficiarios, contribuirá a que la pagina web del CADERS, cumpla la función de intercomunicar, informar y resolver dudas de manera inmediata, logrando ser más competitivos en la función que desempeña el CADERS como unidad de gestión de proyectos; por último se puede afirmar que , la web del CADERS debe contener enlaces sencillos y manejables por el beneficiario, de tal modo que se encuentre de primera mano las opciones más elementales, para resolver las inquietudes de los navegantes.

8.9.1.2. Enlaces internos simplificados.

Los enlaces que llevan a una página, dentro de la misma página web del CADERS, se llaman enlaces internos, constan de dos tipos, en primer lugar los enlaces textuales, son aquellos que mediante una palabra, conjunto de palabras u oraciones conducen a la ampliación de la información a la que se refiere el enlace; en segundo lugar los iconos y símbolos utilizados los mismos que indican claramente el tipo de información que se encuentra en esa ubicación.



Dependiendo de la ubicación de los mismos será, más fácil para el usuario acceder a ellos y por lo tanto a la información que los enlaces les proporcionen. Por lo tanto se propone que la información sea concreta concisa y el vocabulario utilizado el mas entendible posible, debido a que el grupo objetivo del CADERS son beneficiarios de diferentes comunidades, que en muchos de los casos, jamás han visitado una página web.

8.9.1.3. Enlaces externos.

La pagina web del CADERS no cuenta con enlaces externos hacia ninguna otra dirección o pagina, pues no se cree necesario por el momento.

8.9.1.4 Imágenes en movimiento.

Las imágenes en movimiento, se trata solamente de una cuestión de diseño, la aparición de imágenes que se mueven, hacen que la vista y lectura de la pagina web sea más amena y atractiva, esto no quiere decir que la inclusión de este tipo de iconos incentivarán la mayor frecuencia de visitas a la página web del CADERS.

8.9.1.5. Fotos.

La inclusión de fotos es importante para el usuario, ya que al reconocer su participación se elemento importante en la



formación del proyecto CADERS, por lo tanto motivados en la realización de sus actividades.

8.9.2 Precio.

Los beneficiarios no tendrán que pagar ningún costo por la capacitación, pues ese valor será asumido por el CADERS, pues, tomando en cuenta que la aplicación de las estrategias adecuadas, generará resultados positivos para la institución, el costo se lo ve como una inversión a corto plazo.

8.9.3 El consumidor.

Mediante la encuesta realizada se pudo conocer las necesidades de los beneficiarios del CADERS, frente al proyecto planteado. Por lo que se tiene grandes expectativas sobre el resultado de la implementación del plan de marketing.

8.9.4 La Distribución.

El canal de promoción, del plan de marketing está enfocado en la aplicación el marketing directo, en donde la información estará ubicada justo donde el publico objetivo la requiera, es decir en este caso, en las comunidades de origen de los beneficiarios del CADERS, la idea principal de este canal de distribución es cubrir el nicho de mercado



identificado según los resultados de la encuesta, la eficacia del canal de distribución y su rentabilidad, se verá reflejado en el incremento de visitas a la página web del CADERS como medio interactivo entre beneficiarios y CADERS.

8.10 Estrategia aplicable.

Basado en los resultados de la encuesta y tomando como punto de partida las necesidades y recomendaciones de los beneficiarios se determina la aplicación de un Curso – Taller para la difusión de los conocimientos sobre navegar en la web del CADERS.

8.10.1 Metodología aplicada.

SEMINARIO / TALLER

Son eventos de corta duración, alrededor de 14 horas en tres fechas y sobre temas puntuales que sirvan para reforzar o difundir aspectos técnicos o administrativos.

La capacitación, es una actividad planificada, sistemática y permanente cuyo principal propósito es preparar, desarrollar e integrar al proceso, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en la comunicación de los beneficiarios, técnicos y directivos del proyecto CADERS



Es responsabilidad de la institución, capacitar a cada beneficiario que forme parte del proyecto, ya que de esta manera se facilitara el proceso de comunicación interna.

Apoyados por la Ley de Desarrollo Agrario quien en el Art. 3 da a conocer que entre las políticas agrarias generales se establece aquella relacionada con la capacitación, se manifiesta que la mayoría de los agricultores y campesinos deben adquirir nuevos conocimientos, habilidades, actitudes y hasta valores que les permitan atender las crecientes demandas propias y de la comunidad.

El Plan de comunicación señala que fomentar la competitividad y fluidez en la comunicación se basa en el conocimiento y aplicación de nuevas tecnologías y de mejorar las capacidades humanas a través de la educación, capacitación, innovación y adaptación tecnología de punta, para dinamizar la comunicación.

8.10.2 La inducción.

Este es el proceso inicial por medio del cual se proporcionara al los beneficiarios la información básica que le permitirá integrarse rápidamente en primera instancia al Internet y luego al sitio web del CADERS.

El menú principal que conforma el sitio web está compuesto por historia del CADERS, valores de la



organización, misión, visión, objetivos, políticas, proyectos que se manejan, los servicios que se presta, datos generales de los técnicos, datos generales de los proyectos que se manejan, enlaces para ampliar esta información. Junto a la información temática y presentación de otros enlaces, además cuenta con galerías o catálogos de imágenes de las actividades que se realizan dentro del CADERS como institución.

8.10.3 Responsabilidades de los capacitadores.

Es importante que los técnicos, conozcan cuáles son sus responsabilidades, durante el proceso de capacitación, elaborar un organigrama, para facilitar el adiestramiento es una estrategia viable, con este proceso, le daremos a conocer de una manera clara que es lo que se espera de la capacitación, la cual deberá contener lo siguiente:

8.10.4 Tema de capacitación

Debe constar de manera detallada punto por punto cada una de las actividades a realizar dentro del proceso, y los temas a tratar de una manera muy clara y definida

- Nombre del técnico que se encargará de la capacitación.



- Fecha que se llevara a cabo la capacitación, de esta manera, se coordinara la presencia de todos los beneficiarios del proyecto, con el propósito de no perder el tiempo ni los recursos invertidos en el tema.
- Beneficios que van obtener con la capacitación, para motivarlos en el proceso de aprendizaje.

8.10.5 Técnica de adiestramiento.

La estrategia de adiestramiento en situaciones reales facilita el aprendizaje y permite desempeñar sus labores con mayor estímulo a la resolución de problemáticas presentadas en el proceso, este ejercicio se torna practico y esencial cuando el aprendiz ha tenido poca experiencia o se le pide ejecutar una acción que le es totalmente nueva. Para ello existen varias técnicas, pero una que se explica con mayor éxito es el método de los cuatro pasos:

1. Prepare a la persona que participara en la capacitación
2. Muéstrela el procedimiento
3. Póngalo a prueba
4. Sígalo en la practica

El siguiente es un método alternativo

- El instructor dice y hace



- El instructor dice y el alumno hace
- El alumno dice y el instructor hace
- El alumno hace y dice

No debemos ignorar que no todas las personas tienen la misma capacidad de recepción, ni todos aprenden a la misma velocidad debido a esto existen algunas personas que necesitan más tiempo que otras para aprender; acentuando más la atención en este grupo para que la capacitación tenga éxito.

8.10.6 Adiestramiento y capacitación.

Cuando se habla de capacitación y adiestramiento se asume el cumplimiento de objetivos a corto o mediano plazo y busca desarrollar una capacidad específica, en el cumplimiento de la solución a una necesidad. En este caso el acceso a Internet y el manejo de la página web del CADERS.

Antes de tomar decisiones en cuanto a que temas se tratarán en el programa, y con la objetivo de no convertir a la capacitación en un gasto sino en una inversión, debemos realizar previamente las siguientes actividades:

Identificar las necesidades de capacitación.



Observar el desempeño durante el acceso al Internet y a la página del CADERS.

A través de la observación, y evaluando el desempeño, de los asistentes, podemos formarnos una idea sobre las necesidades de capacitación

Identificadas las necesidades, sabremos cual es el tema necesario para mejorar el desempeño o funcionamiento en la navegación del sitio Web del CADERS.

Retorno de inversión.- esto implica plantear los objetivos que pretende alcanzar con la capacitación, para mediante el cumplimiento de los mismos, poder recuperar el dinero que se invierte.

Para lograr rentabilidad, eficiencia y eficacia en el desarrollo de un proyecto, es necesario invertir en estrategias de mejoramiento, de tal modo que, los resultados de los mismos, puedan contrarrestar los problemas percibidos.

8.10.7 Facilitar recursos tecnológicos.

Con el fin de generar los cauces necesarios y efectivos para la transmisión de la información se propone facilitar la obtención de un computador en las comunidades que no



cuenten con este equipo de trabajo, de este modo se facilitará el aprendizaje.

8.10.8 Guías en formato PDF.

Facilitar la información a través de la lista creada en un documento impreso, es una estrategia de sustento de la información, lo cual será entregado al principio de curso, estas guías contendrán: bibliografía, información, paso a paso de cómo ingresar al Internet, luego ubicar la página web del CADERS y navegar en la misma, también, se facilitará la bases de datos de los técnicos para brindar apoyo en los temas que sean necesarios acentuar la explicación, confección de guías mediante un esquema sencillo y fácil de entender, en el punto 8.11 se detalla las guías de Word a ser aplicadas. **(Ver anexo 7)**

8.10.9 Determinar la efectividad de la capacitación

Luego de haber concluido con la capacitación y que los conceptos impartidos han sido puestos en práctica y el resultado de lo aprendido reflejan resultados positivos, se puede determinar la efectividad de la capacitación impartida. Por ende es primordial canalizar previamente las necesidades del grupo objetivo.



8.10.10 Capacitación efectiva.

Si los conocimientos impartidos durante la capacitación, fueron captados de la forma adecuada, los resultados, se manifestaran inmediatamente, pudiendo identificarlos de la siguiente manera:

- Incremento de la visita en el sitio web del CADERS
- Agilidad en la navegación por el sitio web.
- Beneficiarios, técnicos y directivos del CADERS satisfechos.
- Notoria optimización, en cuanto a los recursos económicos invertidos en el proceso de comunicación.
- Mejor desempeño de los involucrados después de la capacitación.

La aplicación de la capacitación como estrategia empresarial, es una decisión muy acertada, si se complementa con estrategias adicionales como: el seguimiento del proceso de aprendizaje y la aplicación del servicio POST el cual se encarga de, brindar apoyo técnico luego de la capacitación impartida; en busca del mejoramiento de la competitividad del proyecto CADERS.

La estrategia de Capacitación permite, impartir nuevos conocimientos, los participantes crecen individualmente, establecen relaciones con otros individuos, adquieren el



hábito de coordinar el trabajo a realizar, y mejoran su calidad de vida.

8.10.11 Motivación.

Los beneficiarios del proyecto CADERS, como participantes de la capacitación, deben conocer los beneficios, que recibirán, al poner en práctica los conocimientos adquiridos, por esto es muy importante recalcar dichos beneficios, para motivar la aplicación de los mismos, pues resulta muy importante saber que mediante la utilización de la pagina web del CADERS podrá interactuar con los técnicos y dirigentes, sin necesidad de organizar largos viajes en la realización de procesos burocráticos, además podrán optimizar tiempo y recursos.

8.10.12 Elaboración del cronograma de capacitación.

Se realizará una previa reunión, con los beneficiarios del CADERS en sus diferentes comunidades para explicarles el contenido de la asignatura y junto con ellos elaborar el cronograma de reuniones para la capacitación, se acordará el numero de sesiones según la disposición de tiempo que tengan el grupo de personas, debido a que son adultos



mayores y tienen ya su jornada de labores establecida, además se planteara los temas que se trataran en cada sesión, y se tomará en cuenta los puntos de vistas y propuestas elaboradas por los beneficiarios.

Lugar	Comunidad en donde estén ubicados los beneficiarios
Fecha	Acordada por los beneficiarios.
Horarios	Acordados de acuerdo a las necesidades del grupo objetivo y del técnico capacitador.
Asistentes	Beneficiarios del proyecto CADERS que conforman la comunidad participante.
Número total de asistentes	Dependerá del número de socios beneficiarios del proyecto.
Tarea previa a la capacitación.	Utilizando los recursos disponibles, el técnico capacitador, confirmará la asistencia y el número de socios que estarán presentes en le taller de capacitación.



Tras detallar, en lo que va a consistir el taller de capacitación, se manifiestan y especifican los temas más relevantes y las dudas que puedan tener los beneficiarios con respecto a los temas de la capacitación.

La metodología propuesta es la que cumple con las características de los llama dos "Contratos de Aprendizaje" las mismas que tienen las siguientes pautas:

Compromiso implícito por parte de los beneficiarios de cumplir con los objetivos propuestos por el taller de capacitación.

Compromiso implícito y explícito por parte del técnico encargado de la capacitación, de marcar objetivos, marcar pautas, corregir, hacer un seguimiento personalizado de los alumnos, asesorar y realizar un seguimiento de todo el programa.

8.11 Índice del taller de capacitación.

Presentación.

Objetivos

Competencias a lograr



1. El internet.

1.1. ¿Qué es Internet?

1.2. ¿Qué servicios ofrece?

2. Acceso a internet.

2.1. Navegadores o Exploradores.

2.2. Partes de un Navegador o Explorador.

2.3. Ingresar a Internet.

3. Navegar en internet.

3.1. ¿Qué es una Página Web?

3.2. ¿Qué es un Buscador?

3.3. ¿Cómo navegamos o buscamos en Internet?

3.4. Conocimiento del sitio web del CADERS.

3.5. Navegación dentro del sitio web del CADERS.

8.11. 1 Presentación.

El presente módulo corresponde al taller de informática dirigido a formar y capacitar a los beneficiarios del proyecto CADERS, en el conocimiento de la página web del Proyecto, como herramienta de comunicación mediante la utilización del internet.

Los beneficiarios pertenecen al Cantón CUENCA, pues se pretende hacer un piloto en esta ciudad para luego impartir al resto de cantones y provincias del país, en donde tenga gestión el proyecto CADERS.



8.11.2 Objetivos

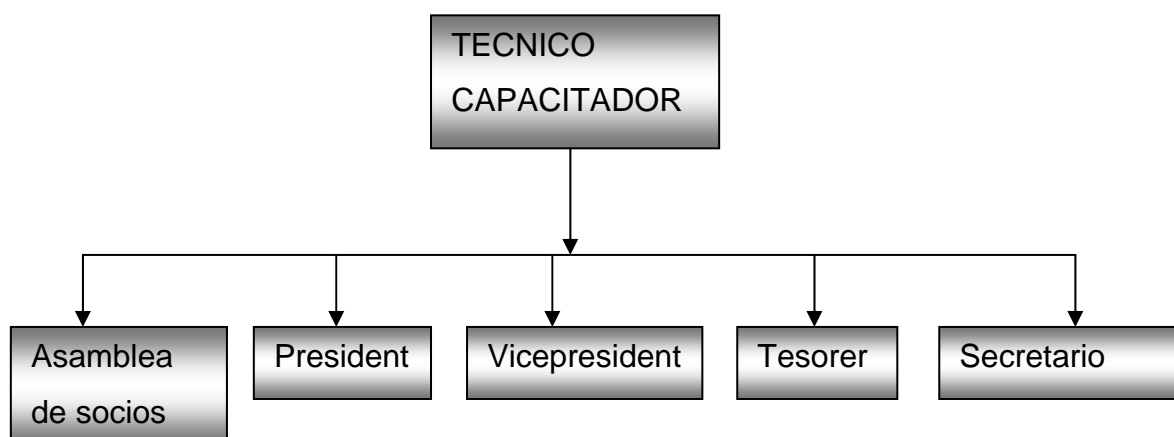
En este módulo se brinda a los usuarios pautas sobre la navegación por Internet.

8.11.3 Competencias a lograr

Al término de este módulo usted podrá:

- Reconocer los conceptos básicos sobre los navegadores o exploradores.
- Señalar los procesos básicos sobre la navegación
- Ingresar al ambiente del Internet.
- Buscar información por la Web.
- Ingresar a la página web del CADERS.
- Interactuar con los técnicos y directivos.

8.12 Estructura orgánica propuesta como prioridad para la capacitación.





8.12.1 Características del técnico capacitador.

Los técnicos capacitadores tiene la responsabilidad de guiar y motivar cada una de las sesiones, potenciando el desarrollo de cada uno de los asistentes.

8.12.2 La asamblea de socios asistentes al taller de capacitación.

Los socios participantes, que asisten al curso requieren aceptar y cumplir las normas que plantee el capacitador, lo cual se les comunicarán a los asistentes al inicio del curso.⁸

8.13 Marketing directo.

El marketing directo es un diálogo directo, a través suyo, el CADERS quiere establecer un "diálogo" mutuo entre la empresa y los beneficiarios activos del Cantón Cuenca, y mantener este contacto el tiempo que sea posible, mediante el marketing directo, el CADERES puede ajustarse a los deseos del cliente de acuerdo con ofertas adaptadas a sus necesidades y ofrecer un trato individual.

El objetivo de aplicar el marketing directo, es mantener el contacto directo con los beneficiarios del CADERS, de este

⁸ Manual de Marketing Directo Interactivo, Salvador Filiba Ricardo Palmieri.



modo asegurar el aprendizaje y entendimiento del plan propuesto.

8.13. 1 Importancia de la publicidad.

En los últimos años, la importancia del marketing directo ha crecido de un modo significativo, para el CADERS, lograr que la página web sea un medio de comunicación e interacción entre la institución y beneficiarios, es muy importante por lo que se plantea utilizar medios publicitarios adecuados para llegar justo al público objetivo.

La publicidad es la carta de presentación de una empresa, por lo tanto es una herramienta esencial para el conocimiento de la página web del CADERS y para la difusión del plan de capacitación. Esto incentiva a la empresa para invertir en publicidad, sabiendo que genera beneficio socio-económico. **(Ver anexo 8).**

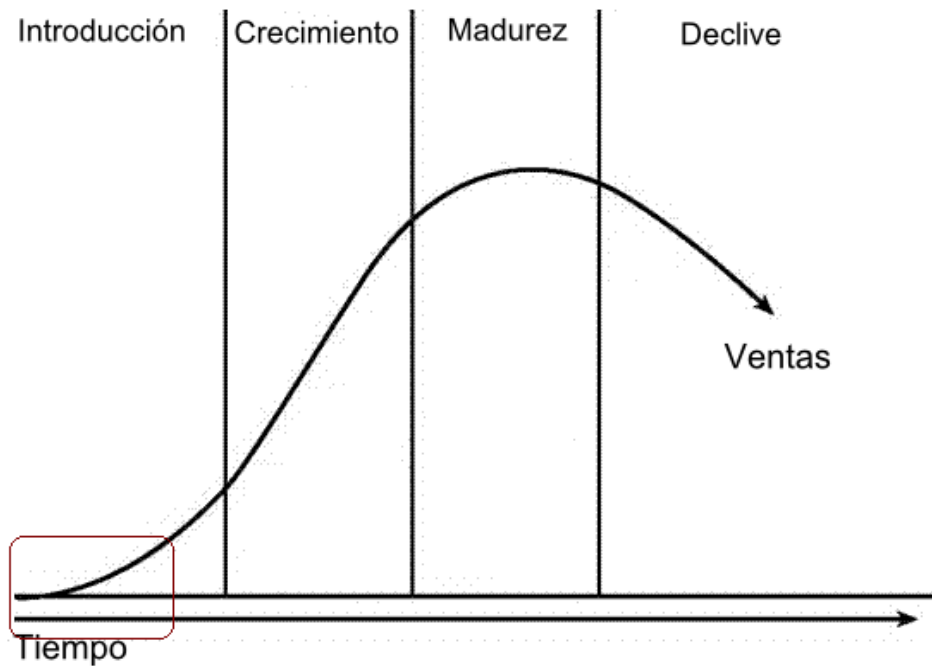
8.14 Material POP.

Para esto se plantea, utilizar herramientas adicionales de marketing como es el material POP el cual contendrá un buen anuncio, con un mensaje directo y conciso enfocado al grupo objetivo. Se propone la utilización de material POP como material de apoyo.



Generalmente el material POP se puede utilizar en ésta etapa del ciclo de vida del producto y en situaciones diferentes.

8.14.1 Aplicación en la etapa del producto.



El CADERS, está en la etapa de introducción del producto, pues pretende que el sitio web sea la principal herramienta de comunicación, con sus beneficiarios, para lo que la utilización del POP como medio alternativo de comunicación directa es muy útil.

Y con eso viene otra ventaja del POP, que el cliente no lo percibe como publicidad. Lo percibe como un regalo, y ¿a quién no le gusta un regalo? ¿A quién no le gusta sentirse tan especial como para que le regalen algo?



El POP, varía según el presupuesto de la empresa y su etapa de vida. El POP que se plantea proporcionar es:

Trípticos, hojas volantes, carpeta, libreta para apuntes, esferográfico, y afiches material que contendrá información, precisa, sobre el taller de capacitación.



CAPITULO 9

Conclusiones y Recomendaciones.

La situación que se ha encontrado en este análisis, según criterio personal no parece nada favorable en lo que respecta a la página web del CADERS, se entiende que el principal problema es que la mayoría de los beneficiarios del CADERS no conocen de la existencia del sitio web, a esto se suma que el grupo objetivo de éste proyecto está conformado en un 73% por adultos mayores cuya edad está comprendida entre 38 y 70 años de edad, lo cual dificulta el proceso de aprendizaje en el adiestramiento de determinada labor, mas aún si se hace uso de las nuevas tecnologías, sin embargo si se analiza la actuación desde el punto didáctico, ante las nuevas posibilidades que éste recurso les brinda, se determina que los beneficiarios del CADERS, tienen buena predisposición ante el planteamiento de la posibilidad de capacitarse.

Por otro lado, la visión que se transmite a los beneficiarios del proyecto CADERS, en relación con el mejoramiento y optimización de recursos, mediante la utilización de la



página web del proyecto, causa expectativa y tiene una muy buena acogida por parte del grupo objetivo.

La finalidad que se persigue con el mejoramiento e inclusión del sitio web mediante el internet es eminentemente interactivo, optimizador de recursos para el proyecto y beneficiarios del CADERS, con todo ello, se puede afirmar que a través de esta nueva forma de comunicación, se conseguirá un importante aumento cuantitativo del número de visitantes de la página web del CADERS,

Por esto, la estrategia de implementar un taller de capacitación para el manejo de las nuevas tecnologías especialmente el internet, resulta un punto muy importante en el desarrollo de esta investigación, por lo que se procura que la información impartida sea accesible, comprensible, a todo tipo de público sin necesidad de que se encuentre iniciado en el conocimiento de la informática.

Para que el resultado de este taller sea favorable, se debe establecer el compromiso de las dos partes interesadas, los técnicos deben comprometerse a darle autonomía a cada una de las capacitaciones impartidas, por otro lado los beneficiarios receptores de la información debe comprometerse a trabajar de forma colaborativa, interactiva y participativa, es importante, además, que los beneficiarios



del proyecto CADERS obtengan acceso y familiaridad en el uso de la tecnología, es bueno también destacar el rol del proyecto CADERS sobre las políticas que facilitan la incorporación de tecnología y la capacitación en el uso de las mismas. Para llevar a cabo esta tarea es indispensable contar con recursos no sólo materiales (hardware y software), sino también humanos, es decir, personal capacitado y apoyo técnico para utilizar y asistir en el uso de las computadoras en las comunidades ya que una inversión importante en tecnología y capacitación sólo se justifica si conduce a cambios significativos del proceso de comunicación.

Concluyo citando los puntos que tanto los encuestados como el autor de la presente investigación concordamos como muy importantes

- Coincidimos con que la incorporación de Internet como recurso mejorador de la comunicación es muy importante.
- Para formar mejor a los beneficiarios del proyecto CADERS, en la utilización del sitio web se necesita permitirle el acceso y la familiarización con el uso de la web del CADERS como recurso de información, investigación, y capacitación.



- Incorporar nuevas metodologías y tecnologías en el proceso de capacitación, es una forma de crecer y optimizar tiempo y recursos.
- Porque necesitamos adaptar el sistema de comunicación del proyecto CADERS a la realidad, de la tecnología que estamos enfrentando, para ser más competitivos en el mercado. Además el Internet impone un tipo de comunicación donde la información viaja muy rápido y está a la distancia de un clic.

La actividad planteada estará en línea apoyada con la estrategia de difusión del marketing, para obtener los mejores resultados posibles.



Anexo # 1

Número de Visitantes de la página web.

USTED ES EL VISITANTE NUMERO **008032**

QUIENES SOMOS COBERTURAS CONTACTOS COINVOCATORIA FORMULARIOS

Nuevo Enfoque del Proyecto CADERS

Ser el ente articulador de los elementos de la Política Agraria, fortaleciendo la asociatividad de los productores en pequeña escala y su participación como contraparte, planteándose como objetivo principal la mejora de las condiciones de vida (Buen Vivir Rural), construyendo las bases para el desarrollo del País. Establecer alianzas entre los diferentes actores sociales: Junta Parroquiales, Municipios, Gobiernos Provinciales, Asociaciones de Productores en Pequeña Escala, Comerciantes, procesadores entre otros.

[Leer más](#)

FOTO DESTACADA
PROYECTO CADERS
apoyando al agricultor

NOTICIAS

- [Casar Cabrera presenta en Congreso Nacional del Seguro Campesino](#)
- [Director del Proyecto CADERS firma convenios en GUAYAS](#)
- [Firma de Convenios en beneficio de organizaciones campesinas de AZOGUES](#)
- [Proyecto CADERS beneficiando productores de vegetales](#)
- [CADERS firma convenio para explotación de BUNDA](#)
- [Convenio CADERS-Comunidad de Yanacocha de Yumbura](#)

AGENDA DEL PROYECTO

Junio
Semana 2-05

CARTAS AL DIRECTOR

- direccion@cadars.gov.ec

VIDEOS

- [Entrevista GAMAVISION](#)
- [Difusión del Proyecto en medios de Comunicación](#)

Logos: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca; CADERS (Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible); Bicentenario (Vive la Independencia)

La página web del CADERS tiene **008032** visitantes hasta la fecha 12-06-10, sobre lo cual se plantea el incremento del 40% de las visitas.



ANEXO # 2

Anuncian un censo de población y vivienda en Ecuador

El director del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Ecuador, Byron Villacís, anunció que en noviembre del próximo año se efectuará un estudio de población y vivienda en todo el país.

Villacís indicó al portal informativo Ecuadorinmediato que, además, en diciembre próximo se efectuará un censo experimental en dos parroquias, que permitirá fortalecer el proceso de organización del censo general.

Explicó que el objetivo del estudio es determinar el crecimiento demográfico y la calidad de las viviendas ecuatorianas, cuyos resultados apoyarán al trabajo de planificación nacional.

El censo, cuyo coste se estima en unos 25 millones de dólares, contará con nuevos elementos tecnológicos para su ejecución, añadió Villacís, al precisar que el resultado del estudio se prevé que esté listo en mayo de 2011.

"Ecuador está entrando en un proceso fundamental dentro del ámbito estadístico", señaló al funcionario, tras destacar que este tipo de procesos se ejecutan cada diez años.

Recordó que en 2001 se realizó el último censo y dijo que el hecho de que el próximo se haga en 2010 obedece a ciertas determinaciones internacionales, que sugieren que este tipo de estudios se realice "en un año cero". Por lo tanto, el censo se realizará "el próximo noviembre del 2010", remarcó.

Villacís insistió en que "el objetivo del censo es, por una parte, cuantificar la estructura demográfica del país, determinar cuánto ha crecido la población ecuatoriana en esta década y, por otra parte, identificar el déficit y la estructura de las viviendas de la ciudadanía".

Fuente: Diario Critico del Ecuador.



Fecha: 16-06-10

ANEXO # 3

Página principal del MAGAP

Web Mail
Revise aquí su correo

Gobierno Nacional de La República del Ecuador

SIGOB Construyendo Transparencia

Ley de Transparencia

Contactenos
Amazonas y Eloy Alfaro
PBX (593) 023 960 100/200

Boletines del mes **Boletines anteriores** **Noticias de prensa** **MAGAP en Ecuador**

Junio de 2010

INICIO	VEDÁS SON IMPORTANTES PARA UNA ADECUADA CAPTURA Y CONSERVACIÓN DE LAS ESPECIES Pequeños pescadores reciben asistencia técnica:
INSTITUCIÓN	SE RECONSTRUYE PUERTO PESQUERO DE ESMERALDAS Instalarán muelle flotante para acoderamiento de embarcaciones pesqueras:
PROYECTOS	PROVINCIA DE BOLÍVAR LIDERA MICROEMPRESAS AGROPRODUCTIVAS Pequeños productores de Loja intercambian conocimientos:
GUÍA DE SERVICIOS	PEQUEÑOS PRODUCTORES DE GUINEO ORITO Y BANANO CONVENCIONAL EXPORTAN A CHINA Ecuador y China firmaron convenio de comercio de frutas:
CONVENIOS	MINISTRO DE AGRICULTURA RECIBIÓ A DELEGACIÓN DE LA ICCO EL MINISTRO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, DR. RAMÓN ESPINEL MARTINEZ
AGROENLACES	CAPACITACIÓN, CRÉDITOS, INFRAESTRUCTURA Y ASISTENCIA TÉCNICA, INCREMENTARÁN PRODUCCIÓN AGRÍCOLA "Las Escuelas de la Revolución Agraria, ERA, constituyen un proceso que los agricultores esperaban, puesto que recibirán
SISTEMAS DIGITALES	GANADO AFECTADO POR CENIZA VOLCÁNICA ES ATENDIDO MAGAP realiza entregas semanales a campesinos damnificados:
BIBLIOTECA	ESCUELAS DE LA REVOLUCIÓN AGRARIA FUNCIONARÁN COMO PROGRAMA INTEGRAL DE CAPACITACIÓN ERA beneficiarán a pequeños y medianos productores del país
CADENAS AGROINDUSTRIALES	REVERSIÓN DE CAMARONERA CONTINÚA EN LA ISLA PUNÁ La Subsecretaría de Acuicultura, a través de la Dirección General de Acuicultura realizó la
MAPOTECA	INIAP INVESTIGA NUEVAS POBLACIONES DE MARACUYÁ
BUSQUEDA	



Página secundaria de la presentación del MAGAP

Web Mail
Revise aquí su correo

Gobierno Nacional de La República del Ecuador

SIGOB Construyendo Transparencia

Ley de Transparencia

Contactenos
Amazonas y Eloy Alfaro
PBX (593) 023 960 100/200

Boletines del mes

Boletines anteriores

Noticias de prensa

MAGAP en Ecuador

Junio de 2010

ACUACULTURA IMPARTE ASISTENCIA TÉCNICA A PISCICULTORES
 A través del manual de "Enfermedades en los cultivos de truchas en el Ecuador", la

INIAP SELECCIONA 8 NUEVOS HIBRIDOS DE MAÍZ AMARILLO
 En el recinto El Paraíso en la vía Rocafuerte Tosagua, se concluyó la cosecha y evaluación de 60

INICIO CARNET EVITARÁ INTERMEDIACIÓN
 El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, MAGAP, a través de la Subsecretaría Regional de la Sierra, lleva adelante el "Programa Acreditación para Agricultores",

PROYECTOS INTERVENTORES Y FISCALES INVESTIGAN ACTOS DE CORRUPCIÓN EN EL INDA
 El ministro de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, Dr. Ramón Espinel Martínez, junto al nuevo Director del Instituto Nacional de Desarrollo Agrario, Dr. Manuel Solano; y del Subsecretario de Tierras y Reforma Agraria, Dr. Antonio Rodríguez, entidad creada el pasado 18 de mayo de 2010

GUÍA DE SERVICIOS MINISTRO ESPINEL SE REUNIÓ CON AGRICULTORES DE LA COMUNIDAD DE CHIGUILPE
 "La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, siempre fue y seguirá siendo importantísimo bastión de la producción

CONVENIOS ING. WILSON CLAVIJO, NUEVO DIRECTOR INAR REGIONAL CENTRO
 El día martes 1 de junio del 2010, en las oficinas del INAR planta central, el

AGROENLACES CRECERÁN EXPORTACIONES DE PLÁTANO BARRAGANETE
 En el cantón El Carmen, provincia de Manabí, el ministro de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, Dr. Ramón

SISTEMAS DIGITALES

BIBLIOTECA

CADENAS AGROINDUSTRIALES



Página final de la presentación del MAGAP

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca

Web Mail
Revise aquí su correo

Gobierno Nacional de La República del Ecuador

SIGOB Construyendo Transparencia

Ley de Transparencia

Contactenos
Amazonas y Eloy Alfaro
PBX (593) 023 960 100/200

INICIO **Boletines del mes** **Boletines anteriores** **Noticias de prensa** **MAGAP en Ecuador**

INSTITUCIÓN Junio de 2010

PROYECTOS

GUÍA DE SERVICIOS SACRIFICAN ANIMALES CON BROTES DE FIEBRE AFTOSA
La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, AGROCALIDAD, mediante Resolución N. 049, del 26 de mayo de 2010, dispuso medidas de cuarentena, que contemplan: suspender la movilización y concentración de animales bovinos y especies susceptibles, debido a brotes de la fiebre aftosa en las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Pichincha y Cotopaxi

CONVENIOS

AGROENLACES

SISTEMAS DIGITALES MAGAP ENTREGA RACIONES ALIMENTICIAS E INSUMOS GANADEROS
El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, MAGAP, a través de la Subsecretaría

BIBLIOTECA DELEGACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA INSPECCIONA ACTIVIDAD PESQUERA DEL PAÍS

CADENAS AGROINDUSTRIALES Con el propósito de evaluar el Plan Nacional de Control de la Producción Pesquera y Acuícola del país, hoy llegó a la ciudad de Guayaquil, la Comisión de la Oficina Alimentaria y Veterinaria (FVO) DG SANCO de la Unión Europea

MAPOTECA 1 2 3

BUSQUEDA

AGROCALIDAD CENIAC Papallacta INAR Instituto Nacional de Acuicultura y Pesca Trámites Ciudadanos



Anexo # 4

Desarrollo del internet.

Podríamos decir que internet es cómo dice la **wiki pedía** "una red de redes a escala mundial de millones de computadoras interconectadas con un conjunto de protocolos, el más destacado, el TCP/IP", pero es mucho más...

Lo mejor de la historia de Internet

1957

La Unión Soviética lanza el Sputnik, el primer satélite artificial. En respuesta a este hecho, Estados Unidos crea el ARPA(Organismo de Proyectos de Investigación Avanzada) dentro del Ministerio de Defensa a fin de establecer su liderazgo en el área de la ciencia y la tecnología aplicadas a las fuerzas armadas (:amk:).

1969

El Ministerio de Defensa designa a ARPANET para la tarea de investigación de redes.

1970

Aparece el primer informe sobre ARPANET en AFIPS: "Desarrollo de Redes de Computadoras para lograr recursos compartidos" ("Computer Network Development to Achieve Resource Sharing") (Marzo)

La red ALOHAnet, la primera red de radio por paquetes, desarrollada por Norman Abrahamson, de la Univ of Hawaii, comienza a operar (Julio) (:sk2:)

* Se conecta a la ARPANET en 1972.

1972

Ray Tomlinson (BBN) modifica el programa de correo electrónico para ARPANET donde se transforma en un éxito. Se elige el signo @ entre los signos de puntuación de la máquina de teletipos Tomlinson Modelo 33 para representar el "en". (Marzo)

Larry Roberts crea el primer programa de administración de correo electrónico (RD) pra listar, leer selectivamente, guardar, re enviar y responder mensajes. (Julio).



1976

Elizabeth II, Reina del Reino Unido envía un mensaje de correo electrónico en Febrero desde RSRE (Malvern)

1978

TCP se divide en TCP e IP (Marzo)

1984

Se introduce el Domain Name System(DNS) (Sistema de nombre de dominio)
La cantidad de hosts supera las 1.000

1986

Se crea la NSFNET (Con una velocidad principal de 56Kbps).

* NSF establece 5 centros de super computadoras para proveer alto poder de proceso. (JVNC@Princeton, PSC@Pittsburgh, SDSC@UCSD, NCSA@UIUC, Theory Center@Cornell).

* Esto permite una explosión de conexiones, especialmente por parte de las universidades.

1989

La cantidad de hosts supera los 100,000.

1990

ARPANET deja de existir.

Países que se conectan a la NSFNET: Argentina (AR), Austria (AT), Bélgica (BE), Brasil (BR), Chile (CL), Grecia (GR), India (IN), Irlanda (IE), Corea (KR), España (ES), Suiza (CH).

1993

Comienzan las transmisiones de radio por Internet (Internet Talk Radio) (:sk2:)

La Organización de las Naciones Unidas (United Nations) (UN) se conecta en línea (:vgc:)



Se sanciona la ley de infraestructura de Información Nacional en Estados Unidos (US National Information Infrastructure Act).

Las empresas y los medios comienzan a prestarle atención a la Internet. El flujo de la NSFNET supera los 10.000 millones de bytes/mes.

1994

Si, es verdad. Ahora puede pedir su pizza en Hut on-line.

La WWW supera a telnet y se transforma en el segundo servicio más popular de la Red (después de ftp-data) basándose en el porcentaje de flujo y distribución de paquetes y bytes en la NSFNET.

1995

Sun lanza JAVA el 23 de Mayo

RealAudio, una tecnología de audio, permite que los usuarios de la Red reciban el sonido casi en tiempo real.

Comienza a transmitir Radio HK, la primera radio comercial las 24 hs. de transmisión exclusiva por Internet.

WWW supera a ftp-data en Marzo y se transforma en el servicio de mayor flujo en la NSFNet en base al conteo de paquetes y en Abril en base al conteo de bytes.

1996

CNET adquiere el nombre de dominio tv.com por US\$15,000

La guerra del navegador WWW, principalmente entre Netscape y Microsoft, ha dado origen a una nueva era en desarrollo de programas, en la que lanzan nuevas versiones trimestralmente con la ayuda de los usuarios de Internet ávidos por probar las nuevas versiones (beta)

Restricciones al uso de Internet en todo el mundo:

- * China: Requiere que los usuarios y las ISPs estén registrados ante la policía.
- * Alemania: Cortó el acceso a algunos grupos de interés que funcionaban bajo CompuServe.
- * Arabia Saudita: Limitó el acceso a Internet a hospitales y Universidades.
- * Singapur: Requiere que aquellos que publiquen contenidos políticos y religiosos estén registrados ante el Estado.
- * Nueva Zelandia: Considera los discos de las computadoras "publicaciones"



que pueden ser censuradas y secuestradas.

* Fuente: Human Rights Watch.

1997

Se registran 71,618 listas de correo en Liszt, un directorio de listas de distribución de correo.

El dominio denominado business.com se vende en US\$150,000

Se registra el nombre de dominio más largo en InterNIC :
CHALLENGER.MED.SYNAPSE.UAH.UALBERTA.CA

Se registran 101,803 Nombres de Servidores en la base de datos whois.

1998

Las empresas luchan por el NIC de Turmenistán a fin de registrarse bajo el dominio tm, abreviatura de Marca Registrada en Inglés.

Los usuarios de Internet pudieron participar como jurado en un campeonato mundial de patinaje sobre hielo el 27 de Marzo. Fue la primera vez que los televidentes determinaron el resultado de un concurso en un programa televisivo de deportes.

El 4 de Mayo Network Solutions registra su dominio N° 2.000.000

1999

Una pagina web falsificada como si fuera una noticia financiera de Bloomberg aumento las acciones de una pequeña compañía de tecnología en un 31% el 7 de Abril.

IBM se transforma en el primer asociado corporativo aprobado para el acceso a Internet2.

Mejores 10 TLDs por número de servidores: com, net, edu, jp, uk, mil, us, de, ca, au

2000 – Hoy



Lo que ha pasado en este tiempo probablemente ya lo sabreis y sino es asi echarle un vistazo a **EPIC**

"Es el mejor de los tiempos. Es el peor de los tiempos. Todos participan, todos colaboran... La prensa, tal como se la conoce, ha dejado de existir"

Se trata de "EPIC 2015", un documental de ficción creado por los estadounidenses Robin Sloan y Matt Tompson, del centro de estudios mediales The Poynter Institute (Florida, EE.UU.). Con 10 minutos de duración y engoblando la evolución de los medios e Internet hasta el 2015, hace un estudio sobre los medios de comunicación, hasta ese año, cuando el panorama mediático tal como lo conocemos ha cambiado radicalmente.

Página 4 de 6

Crecimiento de Internet (World Wide Web)

12/90	1		09/98	3,156,324		02/02	38,444,856
12/91	10		10/98	3,358,969		03/02	38,118,962
12/92	50		11/98	3,518,158		04/02	37,585,233
06/93	130		12/98	3,689,227		05/02	37,574,105
09/93	204		01/99	4,062,280		06/02	38,807,788
10/93	228		02/99	4,301,512		07/02	37,235,470
12/93	623		03/99	4,349,131		08/02	35,991,815
06/94	2,738		04/99	5,040,663		09/02	35,756,436
12/94	10,022		05/99	5,414,325		10/02	35,114,328
06/95	23,500		06/99	6,177,453		11/02	35,686,907
01/96	100,000		07/99	6,598,697		12/02	35,543,105
03/96	135,396		08/99	7,078,194		01/03	35,424,956
04/96	150,295		09/99	7,370,929		02/03	35,863,952
05/96	193,150		10/99	8,115,828		03/03	39,174,349
06/96	252,000		11/99	8,844,573		04/03	40,100,739
07/96	299,403		12/99	9,560,866		05/03	40,444,778
08/96	342,081		01/00	9,950,491		06/03	40,936,076
09/96	397,281		02/00	11,161,811		07/03	42,298,371
10/96	462,047		03/00	13,106,190		08/03	42,807,275
11/96	525,906		04/00	14,322,950		09/03	43,144,374
12/96	603,367		05/00	15,049,382		10/03	43,700,759
01/97	646,162		06/00	17,119,262		11/03	44,946,965

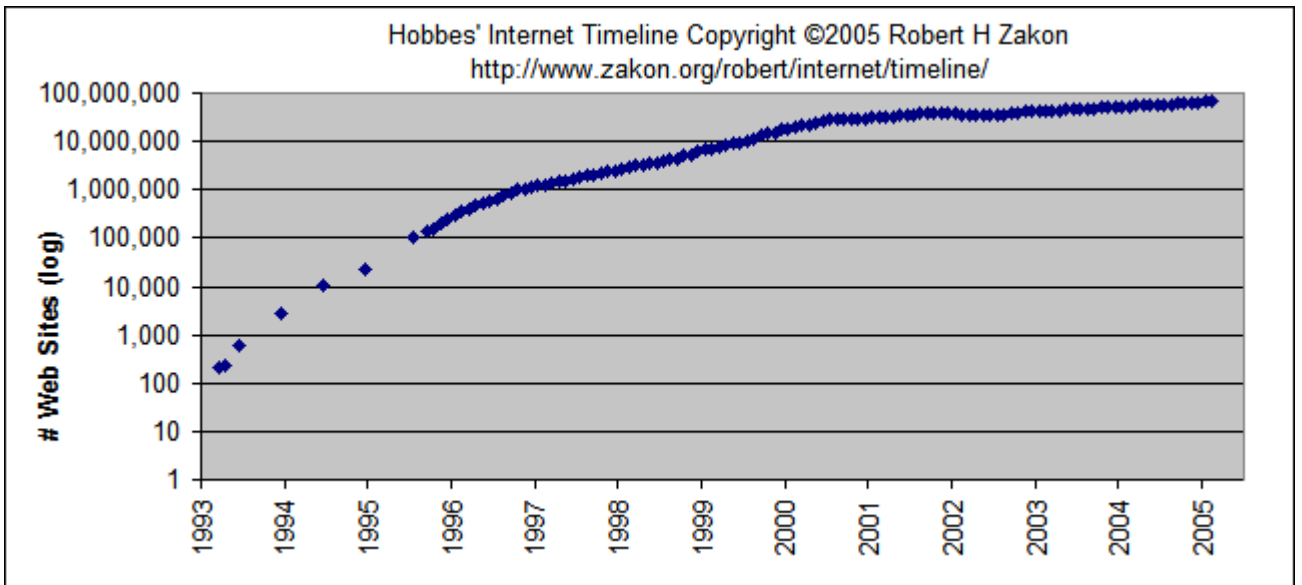
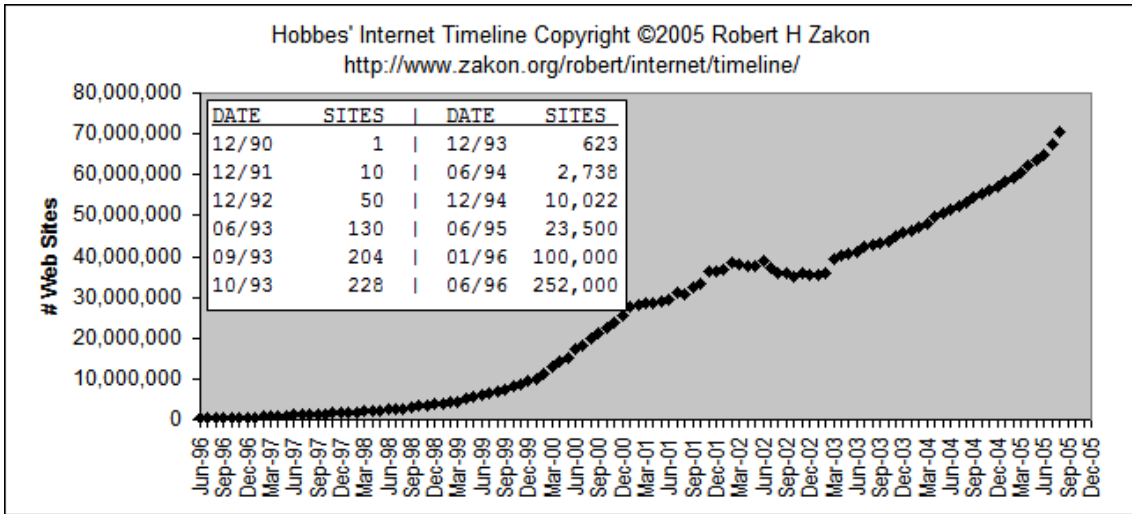


02/97	739,688		07/00	18,169,498		12/03	45,980,112
03/97	883,149		08/00	19,823,296		01/04	46,067,743
04/97	1,002,612		09/00	21,166,912		02/04	47,173,415
05/97	1,044,163		10/00	22,282,727		03/04	48,038,131
06/97	1,117,259		11/00	23,777,446		04/04	49,750,568
07/97	1,203,096		12/00	25,675,581		05/04	50,550,965
08/97	1,269,800		01/01	27,585,719		06/04	51,635,284
09/97	1,364,714		02/01	28,125,284		07/04	52,131,889
10/97	1,466,906		03/01	28,611,177		08/04	53,341,867
11/97	1,553,998		04/01	28,669,939		09/04	54,407,216
12/97	1,681,868		05/01	29,031,745		10/04	55,388,466
01/98	1,834,710		06/01	29,302,656		11/04	56,115,015
02/98	1,920,933		07/01	31,299,592		12/04	56,923,737
03/98	2,084,473		08/01	30,775,624		01/05	58,194,836
04/98	2,215,195		09/01	32,398,046		02/05	59,100,880
05/98	2,308,502		10/01	33,135,768		03/05	60,442,655
06/98	2,410,067		11/01	36,458,394		04/05	62,286,451
07/98	2,594,622		12/01	36,276,252		05/05	63,532,742
08/98	2,807,588		01/02	36,689,008		06/05	64,808,485
						07/05	67,571,581
						08/05	70,392,567

Sitios = # de servidores webs (un host puede tener muchos sitios si este usa diferentes dominios o diferentes puertos).



Cuadros representativos.





ANEXO # 5

MODELO PARA EL CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

Análisis:

n: Tamaño de la muestra.

N: Población.

e: Error muestral.

N-1 Corrección geométrica para muestras mayores de 30 sujetos.

N=210 (población)

e=8% (error admisible)

Desarrollo de la formula:

$$n = \frac{210}{(0.08)^2(210-1)+1}$$

$$n = \frac{210}{(0.0064)(209)+1}$$

$$n = \frac{210}{2.33}$$

ENCUESTA. #

UNIVERSIDAD DE CUENCA
UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA.
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS

Esta encuesta nos permitirá conocer los gustos y preferencia de los beneficiarios de Cadere y las características que debe poseer la pagina web para que sea visitada

Por favor, recuerde responder todas las preguntas.

Nombre..... Edad.....
Ciudad.....Comunidad.....

1) ¿Sabía usted que el proyecto CADERS cuenta con página web?
Si..... No.....*Si su respuesta es no, pase a la pregunta. # 12*

2) ¿La ha visitado?
Si.... con que propósito?..... No.....

3) ¿Cuándo fue la última vez que visitó la pagina web del CADERS?
Una semana..... Un mes..... Tres meses..... Otro.....

4) ¿Qué tipo de espacio necesita en la página web?
.....

5) Si hablamos de proyectos que información desearía encontrar en la página web del CADERS.

Opciones	Muy importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante
Organización del CADERS				
Nivel general de proyectos				
Fechas de firmas de contrato				
Etapas de avances de proyectos				
Fotos				

6) ¿Del proyecto que está ejecutando que información desearía conocer?

Opciones	Muy importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante
Trámites administrativos.				
Avances del proyecto				
Desembolsos del proyecto				
Formatos de presentación de balances y cuentas.				

7) ¿Conoce usted el procedimiento para calificar un proyecto ante el CADERS?
SiNo.....

8) Que información desearía conocer a cerca de los técnicos y los proyectos del CADERS.?
.....

9) ¿Conoce usted los tipos de proyectos que cofinancia el CADERS?
Si.... No..... Cuales.....

10)¿Conoce usted los plazos de intervención del CADERS en proyectos?.
Si..... No.....

11) Indique usted el grado de importancia de las siguientes opciones.

Opciones	Muy importante	Algo importante	Poco importante	Nada importante
La web del CADERS esta actualizada?				
La web del CADERS tiene la información que necesito?				
Es fácil de navegar?				
Tiene enlaces que me interesen?				
La usa siempre?				

12) ¿Qué sistema de comunicación utiliza para contactar a los funcionarios del CADERS?.....
...

13) En qué medida le parece la idea de realizar su contacto con el personal de Cadere mediante la página web independiente y personalizada?
Excelente..... Buena Mala.....

14) Si se le ofrece capacitación cuyo contenido se refiere al manejo de la página web del Cadere lo haría?.
Si..... No.....Por qué?.....

15) De qué manera se le facilitaría el proceso de aprendizaje?



ANEXO # 7

MODULO PARA LA CAPACITACION DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO CADERS.

Navegar por internet

8.11 Índice del taller de capacitación.

4. El internet.

- 4.1. ¿Qué es Internet?
- 4.2. ¿Qué servicios ofrece?

5. Acceso a internet.

- 5.1. Navegadores o Exploradores.
- 5.2. Partes de un Navegador o Explorador.
- 5.3. Ingresar a Internet.

6. Navegar en internet.

- 6.1. ¿Qué es una Página Web?
- 6.2. ¿Qué es un Buscador?
- 6.3. ¿Cómo navegamos o buscamos en Internet?
- 6.4. Conocimiento del sitio web del CADERS.
- 6.5. Navegación dentro del sitio web del CADERS.

PRESENTACIÓN

El aporte de la tecnología en el proceso de enseñanza aprendizaje y optimización de recursos ha sido, muy importante especialmente a partir de los avances en las telecomunicaciones que permitieron el fácil acceso a gran cantidad de información a través de Internet. Considerando que el propósito general de la educación es “desarrollar todas las capacidades del ser humano, es importante determinar si el uso de la Web del CADERS como recurso en la comunicación y optimización de tiempo, será beneficiarios para los que conforman el grupo CADERS ya sean estos beneficiarios o funcionarios de la institución.



Curso básico de informática, preparado para los beneficiarios del proyecto CADERS.

¿Qué es Internet?



Lo que se conoce hoy en día como Internet es en realidad un conjunto de redes independientes que se encuentran conectadas entre sí permitiendo la comunicación entre las computadoras y construyendo una red mundial para el intercambio de información y datos de todo tipo y la interacción en tiempo real con otras personas. Internet se ha de considerar una red de redes.

¿Qué servicios ofrece?

En Internet se puede encontrar una amplia diversidad de servicios, entre los cuales tenemos:

El correo electrónico.

Este tipo de comunicación es más efectiva y en muchos casos es preferible a las comunicaciones telefónicas, convirtiéndose en una de las características básicas de Internet. Para enviar y recibir mensajes en Internet, se necesita contar con un programa de correo especial que sea capaz de acceder a su servidor de correo, como el programa de correo Microsoft

La videoconferencia. Esta permite a un grupo de personas ubicadas en distintos lugares llevar a cabo reuniones como si estuvieran todas en una misma sala.



Los chats. Son canales de comunicación en tiempo real y se encuentran en muchas páginas Web. Entre los chats más usados tenemos el Msn Messenger, Yahoo Messenger, SKYPE, AOL Instant Messenger, etc.

ACCESO A INTERNET

Primeramente, para acceder a Internet necesitamos las herramientas adecuadas como son:

- Computadora
- Módem
- Conexión de acceso telefónico
- Proveedor de Internet (Speedy, RCP, Telmex, etc.)

Estas herramientas tienen que estar debidamente configuradas en la computadora.



Navegadores o Exploradores

Para acceder a Internet, además, es importante resaltar que necesitamos tener instalado en la computadora algún Navegador o Explorador de Internet, como por ejemplo: Internet Explorer, Netscape Navigator, Mozilla Firefox, Opera, Avant Browser, etc.





Partes de un Navegador o Explorador

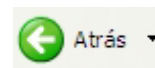
A continuación le indicaremos las partes de un Navegador o Explorador.



Botón “Ir adelante”: Nos lleva hacia la última página Web visitada.



Botón “Ir atrás”: Nos lleva hacia la última página Web visitada.



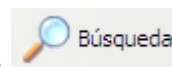
Botón “Parar”: Detiene la búsqueda de una página Web a la que se quiere acceder.



Botón “Actualizar”: Refresca la página, actualizándola.



Botón “Buscar”: Inicia una búsqueda en Internet.



Botón “Ir a la página de inicio (home)”: Nos lleva a la portada (página inicial o home page) de un Sitio Web (Web Site).



Botón “Imprimir”: Imprime la página Web en la que te encuentras.



Cada sitio Web tiene una dirección propia y única. Estas direcciones siempre van precedidas por las letras “http://”. Una dirección Web podría ser:
<http://www.CADERS>.



Ingresar a Internet

Ingresar a Internet es muy sencillo: sólo hay que hacer clic sobre el navegador instalado en el computador y listo. A continuación le enseñamos paso a paso cómo ingresar a Internet.

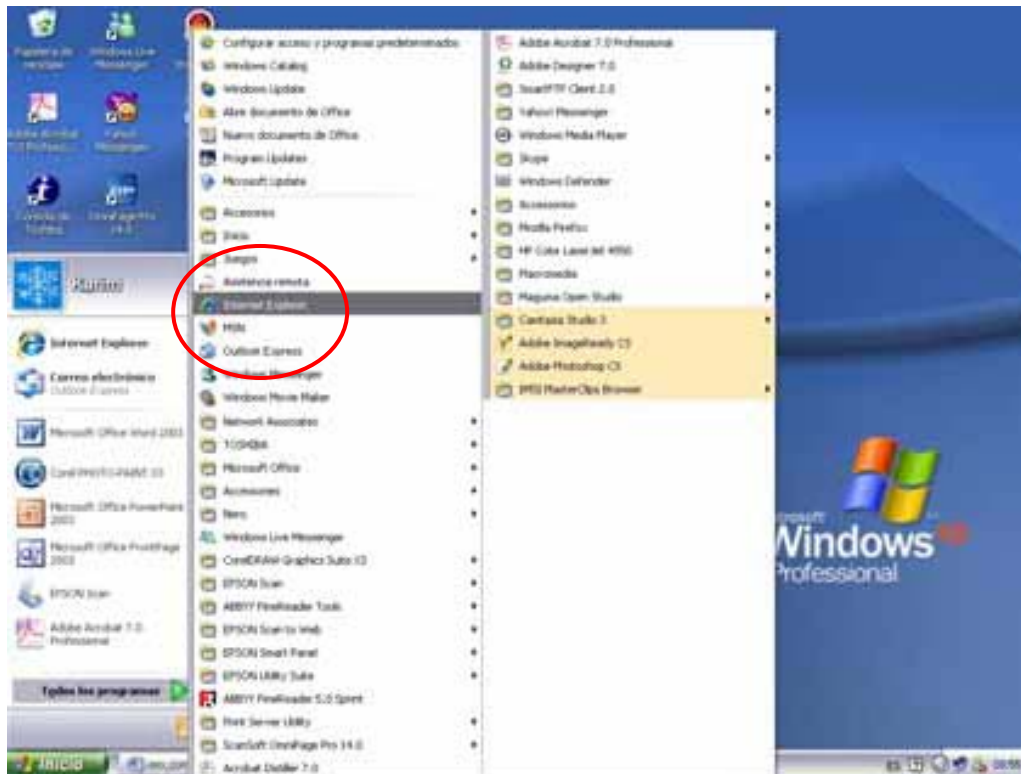


Hacer clic sobre el botón de inicio, como se muestra en la siguiente pantalla:

Se desplegará el Menú de Inicio de Windows en el cual usted deberá seleccionar un navegador (como por ejemplo Internet Explorer) para ingresar a

Internet.

Hacer clic sobre el icono de Internet Explorer que se encuentra en la lista de Todos los Programas del Menú de Inicio



Hacer "clic" sobre el icono de Internet

A continuación se mostrará la portada (página inicial) de un Sitio Web (Web Site): en este caso, como ejemplo, se muestra la página Web del buscador Google, que tiene la siguiente dirección Web (<http://www.google.com.pe>).



Encon
trándose en este punto usted podrá empezar a Navegar en Internet.



NAVEGAR EN INTERNET

La “**Web**” (**World Wide Web - WWW**) es el servicio más importante de Internet y el que ha ganado mayor popularidad. Se utiliza para presentar y visualizar páginas de información que contienen texto, gráficos, sonidos, películas, etc. Una de las características más importantes de una página Web es que contiene enlaces (links) a otras páginas Web que pueden estar en computadoras de cualquier parte del mundo. De esta manera, se puede ir navegando de un sitio a otro para acceder a la información que contiene Internet.

¿Qué es una Página Web?

Una página Web es un documento de la World Wide Web (WWW) que se presenta en un formato estándar que permite combinar gráficos, textos y enlaces.

¿Qué es un Buscador (Browser)?

Un buscador es una página Web que nos ayuda en la búsqueda de información contenida en otras páginas Web de Internet. Gracias a los buscadores, podemos movernos con facilidad en el inmenso mundo de información que contiene Internet y encontramos los contenidos que más nos interesan y nos resultan útiles.

Buscadores Dirección Web

- Google <http://www.google.com.pe>
- Yahoo <http://www.yahoo.com>
- AltaVista <http://www.altavista.com>
- Lycos <http://www.lycos.com>
- Msn <http://www.msn.com>

*Uno de los buscadores más populares es **Google** (<http://www.google.com.pe>).*



¿Cómo navegamos o buscamos en Internet?

En el Internet navegamos por la diversidad de información que posee o podemos acudir a un buscador para realizar una consulta que nos guíe en forma directa a la información que deseamos.

Paso 1

Digitar la información que se desea ubicar (como por ejemplo: **(CADERS)** en la zona de búsqueda y hacemos clic sobre el botón **Buscar**.

Si usted observa la pantalla, se dará cuenta de que, como resultado de la búsqueda solicitada se han encontrado coincidencias distribuidas en diversas páginas Web en Internet.

Paso 2

Para continuar se debe hacer clic sobre uno de los hipervínculos (links) resultantes de la búsqueda; de esta manera se accede a un determinado sitio CADERS.

Nueva Visión del Proyecto CADERS



- [Posesión de Directiva Chimborazo](#)
- [CADERS Presente en 164 años de cantonización de PLEBLO VIEJO](#)
- [Entrega de semillas en Chimborazos](#)
- [Reunión con organizaciones indígenas de Chimborazo](#)

Ser el ente articulador de los elementos de la Política Agraria, fortaleciendo la asociatividad de los productores en pequeña escala y su participación como contraparte, planteándose como objetivo principal la mejora de las condiciones de vida (Buen Vivir Rural), construyendo las bases para el desarrollo del País. Establecer alianzas entre los diferentes actores sociales: Junta

Semana 2-05
Semana 08-13
Semana 15-19



CARTAS AL DIRECTOR

- direccion@cadars.gov.ec



RIA ACUICULTURA Y PESCA; CESAR CABRERA FAJARDO, DIRECTOR EJECUTIVO DEL PROYECTO CAI

Una vez ingresado en la página del CADERS, podemos acceder a los diferentes links, que muestra como opción la pagina principal accediendo a toda la información que este sitio se encuentra.

Existen diversas formas de navegar o realizar una búsqueda por Internet. En este caso le mostramos las formas más frecuentes de búsqueda, dependiendo de la necesidad del usuario.

Otra forma frecuente de buscar por Internet es digitando la dirección de la página Web en la barra o zona de dirección Web del explorador. Esta operación se realiza sólo cuando se sabe cuál es la dirección exacta de la página Web que se busca.

Como se puede observar el explorador reconoce la dirección Web digitada, esto es porque previamente se había hecho una búsqueda de la página Web.



En Internet podemos encontrar todo tipo de información dependiendo de la necesidad del usuario.

Buscar Imágenes

Para la búsqueda de imágenes hacemos lo siguiente:

En el buscador (para este ejemplo utilizaremos Google) hacer clic sobre la pestaña **Imágenes**, debemos digitar lo que desea consultar.

Una vez ingresado los datos de búsqueda hacemos clic sobre el botón de búsqueda de imágenes.

El buscador nos muestra las coincidencias encontradas como el resultado obtenido de la búsqueda.

Como hemos podido apreciar **Navegar en Internet** es muy simple y sencillo. Si deseamos buscar otro tipo de información tenemos que realizar los mismos pasos y procedimientos.

Espero que esta guía práctica haya sido de su utilidad.

Glosario.

Address (Dirección). Existen diferentes tipos de dirección dentro de

Internet: "Dirección de correo electrónico" (email address),

"IP" (dirección Internet), etc. Arrastrar Posicionar, ubicar.

Chip Es un circuito integrado que posee componentes electrónicos para realizar una función determinada.

Clic Es la acción que se realiza presionando o pulsando el botón izquierdo o derecho del mouse.

Contraseña (Password) Palabra clave secreta que sirve para acceder a algo definido.



Browser (Navegador) Aplicación para visualizar documentos WWW y navegar por Internet.

Disco duro Unidad de almacenamiento interno de una computadora.

DVD Disco que posee gran capacidad de almacenamiento y sirve para almacenar películas.

Disquete Unidad de almacenamiento externo.

Download Descargar información del Internet.

E-mail Correo electrónico.

Enter Botón del teclado que sirve para aceptar una acción.

Ficheros Archivos.

File Transfer (transferencia de ficheros) Copia de un archivo desde una computadora a otra a través de una red de computadoras.

Guardar (Save) Es la acción de mantener guardado un archivo dentro de una unidad de almacenamiento (disco duro, disquete, cd, dvd, etc.).

Hardware Es la parte física de una computadora, por ejemplo el monitor, el cpu (unidad central de procesos), el mouse, la impresora, las unidades de almacenamiento secundario (disquete, cd, dvd), etc.

Home page Página inicial o portada.

Icono Imagen representativa de un programa o botón de acción.

El presente Modulo, está elaborado de la manera más sencilla y eficiente posible, para el fácil entendimiento de sus contenidos, con el afna de que sea una herramienta útil en el desarrollo y enseñanza del manejo de la pagina web del CADERS.



ANEXO # 8.

Plan de Medios Establecido para la Campaña.

MEDIO			
IMPRESOS			
COTIZACIÓN A CARGO DE PROVEEDORES.			
DETALLE	CARACTERISTICAS	UNIDADES	COSTO
HJS. VOLATES	Tamaño A5(21X14,8CM) en papel couche de 150 grs. Full color.	2000	\$ 110
TRIPTICOS	Full color papel couche de 150 grs. Tamaño A4	2000	\$ 185
AFICHES	Full color en papel couche de 150grs. Tamaño A3 (29,7X 21CM)	2000	\$ 190



ANEXO # 9.



**PROYECTO DE COMPETITIVIDAD
 AGROPECUARIA Y DESARROLLO
 RURAL SOSTENIBLE**

BENEFICIOS

Mediante este proyecto ud. ahorra tiempo y dinero.

Constante actualización de reformas o datos que puede utilizarlos sin salir de su casa.

Capacitación en el uso y manejo de este sistema mediante el Internet.

Personal especializado para enseñar el manejo de esta tecnología y poder aplicarlo de una manera correcta.

Uso de Internet para el beneficio Agropecuario



FOTO DESTACADA
 PROYECTO CADERS apoyando al agricultor

NOTICIAS

- Cesar Cabrera presente en Congreso Nacional del Seguro Campesino
- Director del Proyecto CADERS firma convenios en GUAYAS
- Firma de Convenios en beneficio de organizaciones campesinas de AZOQUES
- Proyecto CADERS beneficiando productores de Inausiti
- CADERS firma convenio para exportación de papas
- Cooperativa Acceso Comunidad de Yumbato de la zona
- Entrega de insumos en Carboneras
- Reunión con representantes indígenas de Chimbo

AGENDA DEL PROYECTO

Junio	
Semana	2-05
Semana	08-13

CARTAS AL DIRECTOR

- direccion@caders.gov.ec

www.caders.gov.ec



La tecnología esta en sus manos
APROVECHELA

Ingrese y conozca más en:
www.caders.gov.ec



ANEXO # 10.

CADERs
PROYECTO DE COMPETITIVIDAD
AGROPECUARIA Y DESARROLLO
RURAL SOSTENIBLE

Uso de Internet para el beneficio Agropecuario

FOTO DESTACADA
PROYECTO apoyando al NOTH

- Censos base
- Creación de unidades
- Construcción de CALAVAS
- Plan de desarrollo en beneficio de los productores campesinos de AJIQUES
- Proyecto CADERs beneficiando a los productores de ají en CADERs
- Socioeconómico de los productores de Yajalon
- Organización de los productores de Boma
- Beneficio de los productores de C...

La tecnología esta en sus manos
APROVECHELA
www.caders.gov.ec

ANEXO # 11.

PROYECTO DE COMPETITIVIDAD AGROPECUARIA Y DESAROLLO RURAL SOSTENIBLE

El Proyecto CADERS, se enfrenta al gran desafío de conjugar la producción agrícola tradicional, con los progresos tecnológicos y científicos que vive la sociedad actual, con este avance CADERS propone formar a las personas con el fin de que sean competentes, capaces y comprometidas en la construcción de una sociedad en constante cambio y en un mundo laboral agrícola en continua evolución.

LO QUE USTED DEBE CONOCER

- Reconocer los navegadores o exploradores.
- Buscar información por la Web.
- Ingresar a la página web del CADERS.
- Interactuar con los técnicos y directivos.



Una de las tecnologías más importante y utilizada en la actualidad es el INTERNET

BENEFICIOS

Mediante este proyecto ud. ahorra tiempo y dinero.

Constante actualización de reformas o datos que puede utilizarlos sin salir de su casa.

Capacitación en el uso y manejo de este sistema mediante el Internet.

Personal especializado para enseñar el manejo de esta tecnología y poder aplicarlo de una manera correcta.

Ingrese y conozca más en:
www.caders.gov.ec

