

Interinstitucionalidad en acción: Una experiencia ganar - ganar

Máster Francisco Céspedes Obando

Profesor de la carrera de Gestión de Turismo Rural Sostenible
Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales
Campus Tecnológico Local San Carlos
Instituto Tecnológico de Costa Rica
✉ fcspedes@itcr.ac.cr
☎ Teléfono: (506) 2401 3272

Máster Ligia Guerrero Vargas

Profesora de la carrera de Administración de Empresas
Campus Tecnológico Local San Carlos
Instituto Tecnológico de Costa Rica
✉ lguerrero@itcr.ac.cr
☎ Teléfono: (506) 2401 3118

Máster Erick Pérez Murillo

Profesor de la carrera de Ingeniería en Producción Industrial
Campus Tecnológico Local San Carlos
Instituto Tecnológico de Costa Rica
✉ eperez@itcr.ac.cr
☎ Teléfono: (506) 2401 3251

Durante el 2021, un grupo de profesores de las carreras de Administración de Empresas, Gestión de Turismo Rural Sostenible y Producción Industrial, desarrollaron el proyecto de extensión denominado "Diseño de un modelo práctico de coordinación interinstitucional para apoyar el fortalecimiento de la producción sostenible en la Región Huetar Norte", financiado por Fundecooperación para el Desarrollo Sostenible (FUNDECOOPERACIÓN), con la coadyuvancia de la Fundación Tecnológica de Costa Rica (FUNDATEC).

Uno de los principales objetivos del proyecto es lograr la coordinación

entre instituciones. Para ello se realizaron dos actividades cuyo propósito fue "Apoyar a los productores de la Zona Norte en materia de buenas prácticas agropecuarias y gestión empresarial con la participación de instituciones con vasto conocimiento". Las actividades se llevaron a cabo en el edificio de PROTEC, Campus Tecnológico Local San Carlos del Instituto Tecnológico de Costa Rica, debido a la emergencia sanitaria, y acatando los protocolos de aforo. Fue necesario establecer dos fechas: el martes 28 de septiembre y el martes 5 de octubre de 2021, de 8:00 am a 4:00 pm, aproximadamente.

La organización del evento requirió de un arduo trabajo logístico, en el cual participaron los profesores de las carreras mencionadas y siete estudiantes asistentes, quienes se encargaron del contacto inicial con los productores, la coordinación de las fechas, el lugar de los eventos, la coordinación de transporte, la alimentación, los equipos y mobiliarios, la atención a los participantes, la gestión documental, el apoyo audiovisual, entre otros.

Adicional al equipo de profesores y asistentes, se contó con el apoyo del estudiante de la carrera de Administración de Empresas, Urías José Calderón Vargas, quien fue apoyado por el Programa de Regionalización del Tecnológico de Costa Rica mediante una asistencia para el desarrollo de su trabajo final de graduación.

También participó el Dr. Óscar López Villegas, Director del Campus Tecnológico Local San Carlos, quien dio la bienvenida y apertura oficial del evento, y de la profesora MSc.

Marcela Fernández Rodríguez, Coordinadora Regional del Programa de Regionalización, quien hizo hincapié en la importancia de los proyectos de extensión para vincularlos con las comunidades. Los temas expuestos en ambas actividades fueron los siguientes:

- **Tecnología térmica solar para el secado de granos**

Objetivo: Impulsar la implementación de la tecnología térmica solar para secado de granos en las unidades productivas agrícolas de la Zona Norte a través de capacitaciones con los productores.

Impartida por: Dr. Javier Obando-Ulloa.

Institución: Instituto Tecnológico de Costa Rica

- **Buenas Prácticas Agrícolas**

Objetivo: Brindar herramientas agropecuarias de bajo costo y alta rentabilidad a productores de la zona que les permita un mejoramiento continuo en sus emprendimientos.

Impartida por: Ing. Erick Fallas Álvarez.

Institución: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

- **Gestión sostenible en la actividad productiva**

Objetivo: Capacitar a productores a nivel técnico y empresarial con el objetivo de mejorar su gestión y desarrollo de emprendimientos agroproductivos sostenibles.

Impartida por: Ing. Juan Celín Chacón García

Institución: Centro Agrícola Cantonal de San Carlos



Figura 1. Tecnología térmica solar para el secado de granos



Figura 2. Buenas Prácticas Agrícolas



Figura 3. Gestión sostenible en la actividad productiva

• **Gestión empresarial en la actividad agroproductiva**

Objetivo: Capacitar a productores a nivel técnico y empresarial con el objetivo de mejorar su gestión y desarrollo de emprendimientos agroproductivos sostenibles.

Impartida por: Lic. Michael Fernández Moya.

Institución: Centro Agrícola Cantonal de San Carlos

• **Economía Familiar**

Objetivo: Asesorar a los productores de la zona sobre roles en la familia y economía que potencian sus relaciones personales, familiares y sociales en torno al emprendimiento para aumentar la efectividad en sus actividades.

Impartida por: MSc. Eduardo Villegas Barrantes.

Institución: Visión Mundial Internacional

Experiencia práctica de Tu-MoDeLo: Inspira Restaurante

Objetivo: Compartir la experiencia del restaurante “Inspira” al formar parte de la iniciativa de promover el acercamiento entre productores agropecuarios y pesqueros con los restaurantes del país para ofrecer gastronomía de calidad a los comensales.

Impartida por: Sr. Rodrigo Tuckler

Institución: Inspira Restaurante

• **Elaboración de insumos para producción sostenible (Taller práctico)**

Objetivo: Capacitar a los productores en la elaboración de sus propios insumos naturales con materiales que se encuentran fácilmente para aminorar los costos de producción.

Impartida por: Ing. Alejandro Jiménez Herrera

Institución: CITTED – UNED

• **Turismo-Motor de Desarrollo Local (Tu-MoDeLo)**

Objetivo: Explicar la iniciativa “Turismo-Motor de Desarrollo Local” (Tu-MoDeLo), con la intención de mejorar los medios de vida de las comunidades agrícolas en Costa Rica mediante la consolidación de una asociación público-privada que conecte los sectores del turismo y agropecuario para la implementación de prácticas de proveeduría sostenibles.

Impartida por: Mónica López Chacón

Institución: Fundecooperación



Figura 4. Gestión empresarial en la actividad agroproductiva.



Figura 5. Economía familiar



Figura 6. Experiencia práctica de Tu Modelo: Inspira Restaurante



Figura 7. Elaboración de insumos para producción sostenible (Taller práctico)

Aprovechando este espacio, se realizó una encuesta entre los productores invitados para conocer la afectación de sus actividades productivas como resultado de la pandemia por COVID-19, así como su disposición para comercializar sus productos con las empresas turísticas de la región, y el apoyo que se requeriría para lograrlo.

Las personas asistentes a las actividades en su mayoría son pequeños productores provenientes de las zonas de Upala, Guatuso, Los Chiles y San Carlos, cuyos principales cultivos son granos básicos, banano, plátano, raíces y tubérculos, entre otros, y sus edades oscilan entre los 20 y los 70 años, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

La lista completa de los asistentes se detalla a continuación:

Hubo una participación femenina del 52%, según se observa en el siguiente gráfico. Esto debido a que la mujer tiene un papel activo

en la gestión de las unidades productivas familiares.

De la aplicación de la encuesta, se obtiene que la pandemia afectó a los pequeños productores en temas de producción y comercialización de sus productos. Como era de esperarse, la mayoría se vieron afectados de manera negativa, y unos pocos manifestaron no haberse visto perjudicados por la pandemia.

Para vender sus productos en las empresas turísticas, los productores consideran que es necesario recibir apoyo, ya sea por medio de capacitaciones, charlas, financiamiento y apertura de mercado, según se observa en la Figura 13. De las conversaciones con ellos, se desprende que cuando se refieren a financiamiento, en realidad lo que buscan son fondos no reembolsables.

En la Figura 14 se observa que de los 41 productores encuestados

un 10% no muestran interés por venderle al sector turístico, mientras que el 90% restante sí está interesado en ese mercado. De estos, un 39% prefiere la participación de un intermediario y un 29% por medio de las redes sociales. Por su parte, las ventas directas y las ferias del agricultor son las menos deseadas, con un 8% y 9%, respectivamente. Partiendo de lo anterior, aun cuando los productores saben que el intermediario les representa mayores gastos, lo prefieren por sobre las demás opciones.

Con respecto a los contratos con el sector turístico, en la Figura 15 se muestra que son muy poco frecuentes, ya que apenas un 34% los utiliza con la participación de intermediarios. Es importante hacer notar el poco uso de las redes sociales por parte de los productores, lo cual podría ser provocado por un rezago tecnológico que suelen experimentar las personas de mayor edad.



Figura 8. Turismo-Motor de Desarrollo Local (Tu-MoDeLo)

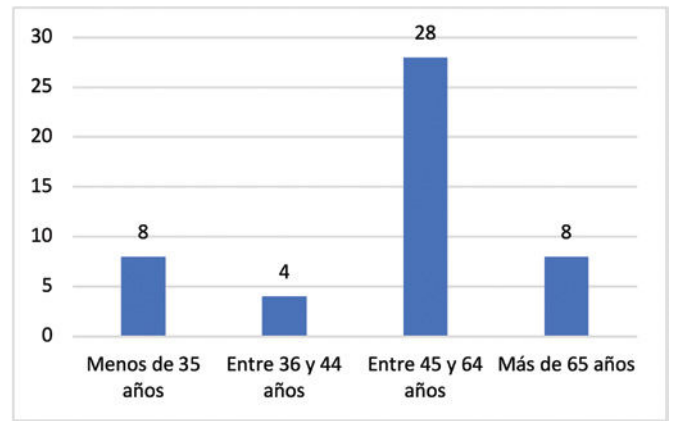


Figura 9. Participación por rangos de edad

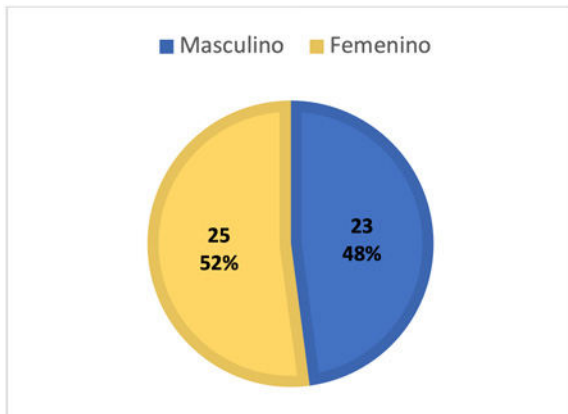


Figura 11. Participación por sexo



Figura 12. Afectación en producción y comercialización

Nombre	Edad	Nombre	Edad
Ana Cristina Rodríguez Vargas	62	Manuel Arias Barrantes	81
Belicio Quesada Víquez	58	Denis Antonio Mendoza Ramírez	52
Luz Milda Cruz Hernández	60	Antonio Mendoza Ramírez	45
Beatriz Céspedes Cortés	56	Wilbian Vega Herrera	39
Doris Barrios Álvarez	29	Giovanni Mejía Guadamuz	57
Guiselle castillo Vargas	54	Kathya Frene Obando	47
Marcos Montenegro Picado	71	Angela Alvarado Ortiz	40
Juan Carlos Sibaja Miranda	52	Rodrigo Córdoba Abarca	66
Pedro Cordero Núñez	48	Ana Isabel Campos Alvarado	52
Mario Chávez Rodríguez	58	Reina Isabel Gómez Espinoza	16
Rafael Alpízar Solís	69	Elda Marlene Tenorio López	41
Alex Murillo Duarte	45	Fabiola Salazar López	30
Asdrual Castro Murillo	68	Magally Carrillo Zamora	33
Adán Corea Caravaca	52	Karen Ledezma	41
Luis Ángel Pérez Ramírez	72	Lilliam Campos Alvarado	54
Daniel Sequeira Arguello	32	María Mendoza Pérez	45
Jorge Duarte Duarte	69	Cintia Jiménez Alemán	34
Cristian de Jesús Silva Bustos	47	Freddy Jiménez Herrera	53
Petrona Oporta Corea	65	Cristóbal Machado Reyes	34
Sonia Peña Pérez	53	Maikel Pineda Alemán	23
Virginia Durán Castro	57	Vicente Taleno Campos	57
María Graciela Moya	54		
Yalila Esquivel Esquivel	56		
Ana Mora Miranda	55		
Marlene Monge Calderón	47		
María de los Ángeles Elizondo	45		
Marielos Mora Solano	60		

Figura 10. Lista de participantes

La Figura 16 muestra que la mayoría de los productores manifestó su interés por venderle al sector turístico, y utilizaría como principal medio de comunicación las redes sociales y la intermediación.

De las tres medidas implementadas para enfrentar la crisis provocada por la COVID-19, se identificó que la iniciativa de cubrir más mercado fue la menos aplicada, aunque es la estrategia más viable y de menos afectación para los productores, como se muestra en la Figura 17.

Reflexiones finales

La logística implícita en la coordinación con las instituciones es muy amplia. La institución responsable de la articulación debe contar con el recurso humano, físico y tecnológico apropiado para llevar a cabo las tareas de manera que se cumpla con los objetivos propuestos para cada actividad.

Tomando en cuenta los costos de reunir a grupos de productores y funcionarios de instituciones en un

mismo lugar, lo más conveniente es que los funcionarios se desplacen a las comunidades rurales donde se concentra la población meta. Las instituciones participantes deben procurar que los traslados de sus funcionarios se hagan de manera coordinada, de modo que el uso de los recursos sea el más eficiente. El panorama presupuestario de

las instituciones públicas es poco alentador, lo cual exige trabajo articulado y distribución equitativa de los gastos entre ellas.

Las universidades, como actores relevantes en el desarrollo del territorio, están llamadas a colaborar y apoyar a los sectores productivos, con el propósito de que mejoren sus procesos.

Este aporte podría manifestarse de diferentes formas como lo son: proyectos de investigación y extensión, trabajos finales de graduación y trabajos de cursos.

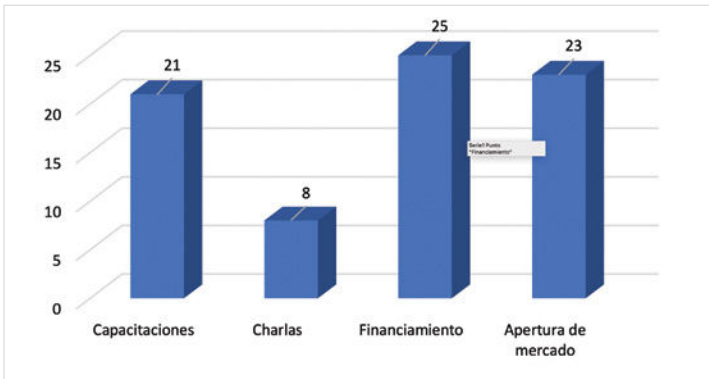


Figura 13. Apoyo que les interesa recibir

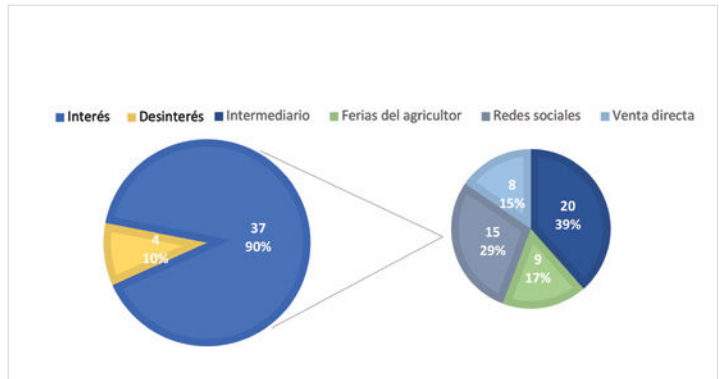


Figura 14. Interés de venderle al sector turístico y medios de comunicación que utilizaría

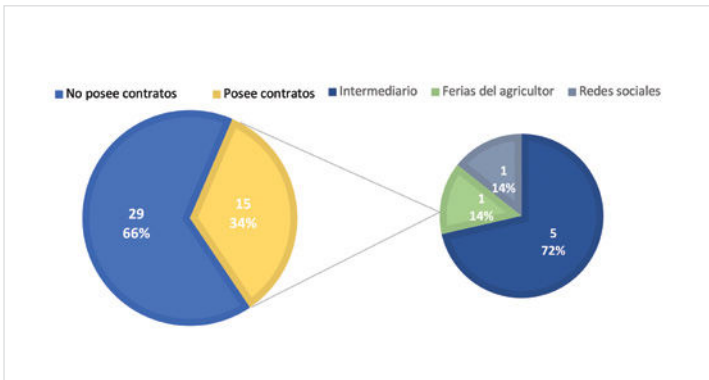


Figura 15. Contratos con el sector turístico y medios de comercialización utilizados

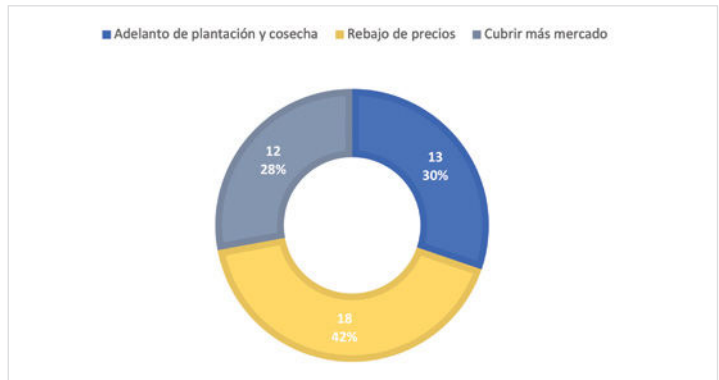


Figura 16. Interés de venderle al sector turístico y medios de comunicación que utilizaría

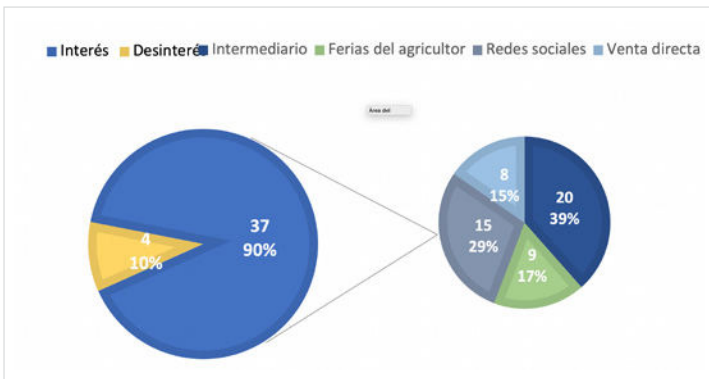


Figura 17. Medidas implementadas para mejorar la situación