

# **HACKATÓN DESAFÍO CRECER COOPERANDO**

Informe Final

Abril 2021

## **Incluye**

### **1. SOBRE HACKATÓN DESAFÍO CRECER COOPERANDO**

- Introducción & Brief

### **2. PLANIFICACIÓN**

- Levantamiento problemáticas, codificación categorías, definición de ejes temáticos.
- Identidad Gráfica.

### **3. CONVOCATORIA**

- Acciones de Difusión: Canales Institucionales & RRSS.
- Resultados.

### **4. DESARROLLO**

- Concepto.
- Detalle actividades.

### **5. EVALUACIÓN**

- Proceso de Evaluación.
- Proyectos Ganadores.

### **6. CAPACITACIÓN VIRTUAL INTENSIVA**

- Diseño y ejecución de las capacitaciones virtuales intensivas.
- Coordinación de las mentorías.
- Resultados.

### **7. APRENDIZAJES**

- Resumen, aprendizajes y reflexiones.

## **SOBRE HACKATÓN DESAFÍO CRECER COOPERANDO**

En este informe presentamos un resumen de lo acontecido en el marco de la Hackatón Desafío Crecer Cooperando, realizada durante el mes de noviembre de 2020 de manera virtual. Presentamos un recorrido que va desde la etapa previa a la realización del evento, hasta la instancia final de evaluación y reflexión conjunta sobre los logros, aprendizajes y desafíos del proceso.

---

## **BRIEF HACKATÓN**

En Argentina, el sector agrícola presenta un peso fundamental en la economía. Considerando la relevancia del sector y sus características, la Fundación Banco Credicoop y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) han creado el [programa Crecer Cooperando](#), el cual tiene como objetivo mejorar las condiciones de estos pequeños productores a través de una intervención integral de “Agricultura Climáticamente Inteligente”, la cual está basada en la adopción de nuevas tecnologías y el desarrollo de sus capacidades, especialmente en las áreas de San Juan y Misiones.

En el marco del programa, se abrió la convocatoria Desafío Crecer Cooperando que tiene como propósito proponer soluciones a problemas que presentan los pequeños productores y/o sus cooperativas en San Juan y Misiones.

---

## 2. PLANIFICACIÓN

### *Mesa de consulta*

Con el fin de identificar los principales desafíos que pequeños productores y cooperativistas de San Juan y Misiones presentan actualmente, se convocaron 16 personas con distintos perfiles (técnicos agrónomos, coordinadores de la zona, ingenieros agrónomos, responsables de la Secretaría de Educación Técnica de Misiones, entre otros) quienes fueron organizados en mesas de trabajo bajo la consigna de responder a la cuestión y categorizar a estas problemáticas.

A partir de la investigación realizada, pudieron definirse 5 ejes de trabajo a desarrollar por los y las participantes durante la hackatón:

- **Acceso al agua:** El agua es un recurso fundamental para el desarrollo de la agricultura. San Juan y Misiones presentan distintos desafíos climáticos en ese aspecto pero como factor común tienen la falta de acceso al riego y captura de agua ocasionado principalmente por la falta de aplicación de métodos automatizados para gestionarla.
- **Informalidad en la Inclusión Financiera:** La informalidad en los pequeños productores representa una de las barreras más relevantes, especialmente para poder tomar el financiamiento necesario para el desarrollo de sus actividades.
- **Género y Juventud:** La participación de las mujeres en la producción, y la diferencia generacional en los minifundios conlleva diversos desafíos. Uno de ellos es la elección de métodos de trabajo y las características de los espacios productivos.
- **Buenas Prácticas Agrícolas:** A partir del 4 de enero de 2021 entra en vigencia la obligatoriedad de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para las hortalizas. En la actualidad, hay una escasa planificación y gestión interna en las actividades de los pequeños productores y/o cooperativistas.
- **Brecha Tecnológica:** La diferencia generacional es una de las principales causas del distanciamiento tecnológico que muchos pequeños productores presentan. El desconocimiento de nuevas tecnologías repercute directamente en su desarrollo productivo.

## Identidad gráfica

Para poder crear una identidad gráfica alrededor del Desafío Crecer Cooperando, se optó por diseñar dos primeras alternativas visuales. Para ello se tomó en consideración el manual de marca de la Fundación Banco Credicoop junto a los colores y temáticas asociadas al programa Crecer Cooperando desarrollado por Fundación Banco Credicoop junto al Banco Interamericano de Desarrollo.

Estas son algunas de las composiciones de las dos opciones elaboradas:



Finalmente, y tras compartir ambas opciones con los organizadores, se optó por la opción 1 tomando en consideración algunos elementos de la opción 2 tales como la organización visual para el listado de categorías del Desafío, entre otros.

## 3. CONVOCATORIA

El día 29 de octubre se abrió la convocatoria para la participación en la Hackatón Desafío Crecer Cooperando mediante un anuncio oficial en las redes de la Fundación Banco Credicoop y Socialab, tanto para el rol de participante como para el rol de facilitador/a. Mientras que el participante (individual o en equipo) tuvo como objetivo elegir uno de los ejes de trabajo de la hackatón, identificar una problemática asociada y diseñar una solución innovadora; el facilitador/a se encargó de guiar a los equipos en la correcta interpretación de las consignas y carga de los entregables.

Para difundir la propuesta e incentivar la inscripción a la hackatón, se ideó una estrategia comunicacional que contó con el envío de más de 684 correos electrónicos a ex participantes de otros eventos de temáticas similares y la difusión de instituciones y aliados estratégicos de Fundación Banco Credicoop y Socialab.

Asimismo, y en el marco de la estrategia comunicacional, se realizó una campaña de pauta publicitaria en las redes sociales de Instagram y Facebook de Socialab Argentina. Esta campaña contó con 3 etapas principales: Lanzamiento, Consideración e Intención. Para cada una de estas etapas se establecieron objetivos y públicos o targets, de acuerdo a la instancia en la que se encontrara el desafío. Por último, se añadió una etapa final de remarketing con el fin de dar un cierre y último empujón a toda la campaña y obtener el mayor número de inscriptos a la hackatón.

A continuación, se presentan los objetivos y públicos determinados, el presupuesto asignado y las principales conclusiones acerca de su rendimiento para cada una de las etapas que conformaron la campaña de pauta publicitaria en redes sociales:

### ETAPA 1: LANZAMIENTO

Duración: 4 días - 30 de octubre al 3 de noviembre

Presupuesto: \$17.500 (35% del presupuesto total)

#### *Consideraciones de la campaña*

- Esta campaña tuvo como objetivo principal generar tráfico al sitio web.
- Los canales utilizados fueron Instagram y Facebook.
- El 70% del presupuesto (\$12.250) fue asignado a las provincias de San Juan y Misiones
- El 30% restante (\$5.250) fue distribuido en algunas ciudades importantes alrededor del país que tienen facultades tecnológicas y de agronomía.

Campaña Pauta - #DesafioCecerCooperando							
Nombre de la campaña	Alcance	Impresiones	Frecuencia	Clicks totales	Clics únicos en el enlace	Costo por resultados	Importe gastado
Lanzamiento San Juan - Misiones	77.344	310.058	4,01	718	690	\$ 17,06	\$ 12.250,00
Lanzamiento Otras	71.296	176.321	2,47	634	616	\$ 8,28	\$ 5.250,00

**Resultados generales de la campaña**

- La performance de Facebook tuvo más éxito que en Instagram (para nuestra sorpresa).
- Las campañas tuvieron más alcance y clics en el enlace en formatos de posteos, más que en historias.
- En la campaña de San Juan y Misiones tuvimos una frecuencia excelente de 4,01.
- El 65% de las personas impactadas tienen entre 18 y 24 años.

**ETAPA 2: CONSIDERACIÓN**

Duración: 12 días - 3 de noviembre al 15 de noviembre

Presupuesto: \$27.500 (55% del presupuesto total)

*Consideraciones de la campaña*

- Esta campaña tuvo como objetivo principal generar tráfico al sitio web.
- Los canales utilizados fueron Instagram y Facebook.
- El 70% del presupuesto (\$19.250) fue asignado a las provincias de San Juan y Misiones.
- El 30% restante (\$8.250) fue distribuido en algunas ciudades importantes alrededor del país que tienen facultades tecnológicas y de agronomía.

Campaña Pauta - #DesafioCecerCooperando							
Nombre de la campaña	Alcance	Impresiones	Frecuencia	Clicks totales	Clics únicos en el enlace	Costo por resultados	Importe gastado
San Juan - Misiones	83.323	462.084	5,54	1.136	1.054	16,94	19.250
Otras ciudades	83.051	263.134	3,16	1.129	1.067	7,30	8.250

*Observaciones de la campaña*

- El alcance y la frecuencia rindieron de forma óptima.
- Al igual que en la campaña de Lanzamiento, la performance es notablemente mejor en Facebook.

# socialab

- Logramos mayor cantidad de clics en la campaña de otras ciudades con menor presupuesto y menor frecuencia por lo cual hicimos un ajuste y cambiamos los porcentajes de los presupuestos para que cada target tuviera el 50% del presupuesto total en la próxima campaña.

## ETAPA 3:INTENCIÓN

Duración: 4 días - 16 de noviembre al 20 de noviembre

Presupuesto: \$5.000 (10% del presupuesto total)

### *Consideraciones de la campaña*

- Esta campaña mantuvo como objetivo principal generar tráfico al sitio web, con refuerzo en personas que no hayan convertido en las campañas anteriores.
- Los canales utilizados también fueron Instagram y Facebook.
- El 50% del presupuesto (\$2.500) fue asignado a las provincias de San Juan y Misiones.
- El 50% restante (\$2.500) fue distribuido en las ciudades importantes alrededor del país que tenían facultades tecnológicas y de agronomía.

Campaña Pauta - #DesafioCrecerCooperando							
Nombre de la campaña	Alcance	Impresiones	Frecuencia	Clics totales	Clics únicos en el enlace	Costo por resultados	Importe gastado
San Juan - Misiones	25.104	880.833	2,93	223	212	11,21	2.500
Otras ciudades	38.090	361.017	2,31	330	320	7,57	2.500

### *Observaciones de la campaña*

- **En todos los casos, las campañas fueron más atractivas para el target de otras ciudades que para el de San Juan y Misiones.**
- El cambio de inversión fue un acierto, dado que logramos más clics a menor costo.
- En ambos targets la campaña tuvo mejor performance en hombres que en mujeres.

## REMARKETING

Duración: 4 días - 20 de octubre al 24 de noviembre

Presupuesto: \$10.000 (monto adicional del presupuesto asignado originalmente)

### *Consideraciones de la campaña*

# socialab

- Esta campaña mantuvo como objetivo tráfico al sitio web (a la landing de inscripción).
- Los canales utilizados son Instagram y Facebook.
- El público objetivo fue creado tomando de referencia la base de datos de un público que participó de otras hackatones realizadas por Socialab.
- Pasadas las 24 horas cambiamos el público de la base de datos por los que ya habíamos creado para las campañas anteriores.

Campaña Pauta - #DesafíoCrecerCooperando							
Nombre de la campaña	Alcance	Impresiones	Frecuencia	Clicks totales	Clicks únicos en el enlace	Costo por resultados	Importe gastado
Remarketing	109.696	269.816	2,45	929		899 \$	10,76 \$ 10.000,00

## Observaciones de la campaña

- Cuando hicimos el cambio de público, el costo por clic pasó de superar los \$100 a \$10 y las campañas funcionaron mejor.
- La campaña tuvo una performance muy positiva en personas entre 18 y 24 años.
- Logró una alta cantidad de clics únicos en el enlace con un costo por resultado bastante bajo.

## Principales resultados de las inscripciones:

2.517 visitas a la web [desafiocrecercooperando.com](http://desafiocrecercooperando.com)

(desde que se creó la web hasta el día de cierre de las inscripciones 23/11)

- 121 personas inscriptas:
  - 26 productores
- 39 grupos de trabajo:
  - 17 grupos con al menos un productor en el equipo
  - El 28% de los grupos contaba con al menos un participante de Misiones
  - El 17% de los grupos contaba con al menos un participante de San Juan
  - Participación por Provincia: Buenos Aires, Jujuy, Santa Fe, Córdoba, Santa Cruz, La Rioja, Chubut, Tucumán, Misiones, San Juan y Mendoza.
- 8 facilitadores
- 12 mentores

Además se contó con la disposición de 3 líderes a cargo del equipo de Socialab para atender a cualquier tipo de consulta que pudiera surgirle a los y las facilitadores.

## 4. DESARROLLO

Del 25 al 28 de noviembre participaron de la Hackatón 121 personas de las cuales 26 tenían perfil de productor/a.

La Hackatón constó de 4 días de actividades, en donde se brindaron distintos talleres, herramientas y conocimientos para la elaboración de tareas entregables. Durante el primer día, los participantes trabajaron en la identificación de la problemática. Tuvieron la oportunidad de validar con referentes de cada una de las áreas temáticas los problemas que presentan los pequeños productores actualmente en su día a día.

Fueron cargadas a la plataforma 24 propuestas con un total de:

- 3974 visitas
- 394 votos
- 243 comentarios

Luego, se realizó una preselección de 11 propuestas que pasaron a fase de evaluación al cumplir con los requisitos de las Bases y Condiciones (total de entregables cargados). Dentro de estos 11 proyectos y según el eje de trabajo seleccionado, podemos contabilizar las siguientes:

- 4 Acceso al agua
- 3 Brecha tecnológica
- 2 Buenas Prácticas Agrícolas
- 1 Género y Juventud
- 1 Informalidad en la Inclusión Financiera

Asimismo, dentro de este grupo podemos resaltar las siguientes características:

- 3 propuestas tienen al menos un productor/a entre los miembros de su equipo- 27%
- 3 equipos tienen al menos un participante oriundo de Misiones
- 1 Equipo tiene al menos un participante oriundo de San Juan
- Otras provincias que participan: Santa Fe, Jujuy y Buenos Aires
- Las 11 propuestas contaron con la intervención de 30 personas

## 5. EVALUACIÓN

### Proceso de evaluación:

A la hora de realizar la evaluación de las 11 propuestas pre seleccionadas, se contó con la participación de un equipo de reconocidos jurados que evaluaron los proyectos según su área de expertise (Modelo de Negocios, Innovación y especialista de la temática).

Los y las jurados siguieron los siguientes criterios de evaluación con sus respectivas ponderaciones:

- **Identificación, relevancia y explicación de la problemática (20%)**
- **Factibilidad de la solución (20%)**
- **Impacto potencial de la solución (15%)**
- **Calidad del modelo de negocios (15%)**
- **Innovación de la solución (15%)**
- **Escalabilidad de la solución (10%)**
- **Votos del público (5%)**

### Propuestas ganadoras:

A partir de las evaluaciones de los y las jurados, se realizó un ranking con las propuestas con los mejores puntajes de la hackatón, obteniendo como resultado los siguientes equipos ganadores:

#### *Categoría Acceso al Agua:*

**Hunuc, acceso y control del agua:** Sistema de canalización, recolección y relevamiento de información para el control de la distribución correcta del recurso hídrico, de pequeños productores. Producto y servicio- Hidroturbina- Caudalímetros electrónicos - Apps de registro continuo - Sistema SIG de georeferenciación.

**Agua Sana Agua Segura:** Nos focalizamos en la sustentabilidad, eficiencia y el acceso al agua segura, a través del servicio de las pruebas de laboratorio para controles de calidad, y el recupero de vertientes, que generará un impacto social y económico en el corto plazo, permitiéndoles ingresar a una cadena de valor. Brindaremos asistencia



técnica a empresas privadas que requieran datos de trazabilidad de productos para su cadena de comercialización.

*Categoría Brecha Tecnológica:*

**DeProductores:** Ecosistema en el cual los pequeños y medianos productores conectan con sus clientes de forma directa generando un circuito virtuoso de economía local.

*Categoría Buenas Prácticas Agrícolas:*

**Tesoro de las Manos Misioneras:** Proponemos un proyecto socioeconómico para promover la producción agroecológica de productos frutihortícolas bajo los estándares de Buenas Prácticas Agrícolas (BPAs), generando una revalorización del trabajo de pequeños productores de la Cooperativa de Trabajo Integral del Norte Ltda, de la provincia de Misiones.

*Categoría Informalidad en la Inclusión Financiera:*

**CHE - Carga, husmea y encuentra:** La mejor forma de buscar inteligentemente la opción para tener ayuda financiera.

*Categoría Género y Juventud:*

**Raíces, guainas y gurises:** Ofrecemos la posibilidad de potenciar la diversidad y de minimizar sesgos de género, enriqueciendo los equipos y las organizaciones. Brindamos, juegos digitales y contenidos audiovisuales que facilitan la visibilización de los sesgos y sus efectos en distintos escenarios.

## 6. CAPACITACIÓN VIRTUAL INTENSIVA

### Diseño y ejecución de las capacitaciones virtuales intensivas

Del 09 de febrero al 25 de marzo, se realizó la Capacitación en línea intensiva, una instancia de aprendizaje para el desarrollo de los emprendimientos de los equipos finalistas de la Hackatón Desafío Crecer Cooperando.

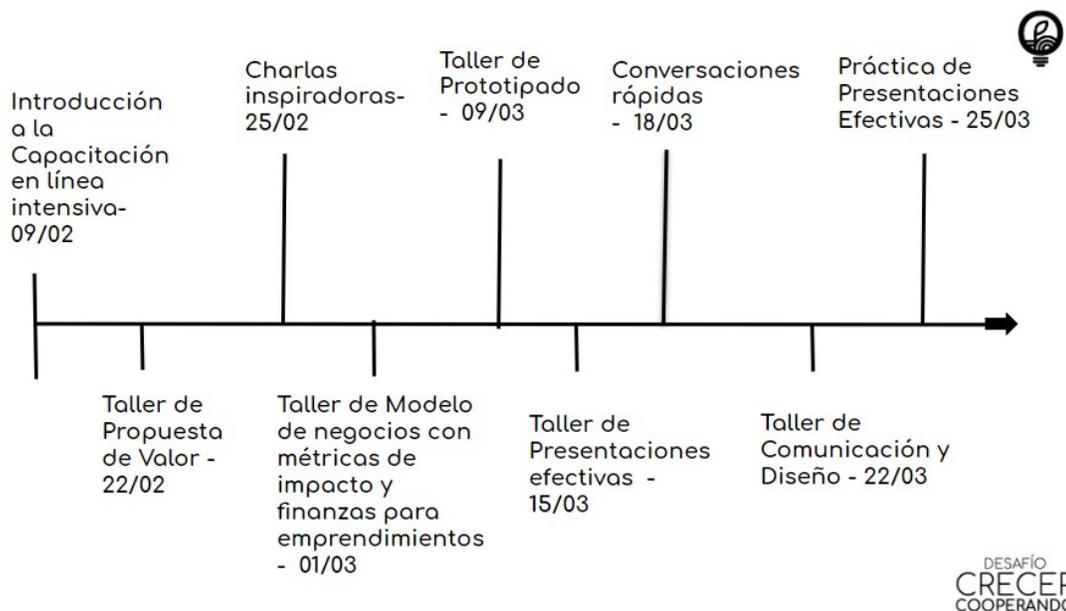
El desarrollo de la Capacitación en línea intensiva se realizó utilizando las siguientes plataformas digitales:

*Zoom*: plataforma donde se dictan las capacitaciones virtuales y los encuentros individuales.

*Google Drive*: plataforma donde los finalistas suben los entregables de cada encuentro y reciben una corrección.

*Whatsapp*: app donde a través de un grupo general se abre un espacio de comunicación entre los equipos finalistas y los organizadores de la Capacitación en línea intensiva. Todas las comunicaciones se realizan vía correo electrónico y se refuerzan por Whatsapp.

La capacitación virtual intensiva siguió el siguiente esquema:



**Encuentros de capacitación interactivos:** 5 encuentros de capacitación interactivos focalizados en distintas temáticas que permitieron robustecer los proyectos. Luego de cada encuentro, los equipos trabajan sobre el entregable que el profesional del encuentro les habrá asignado. Semana a semana, cada equipo deberá dar cuenta del avance en la entrega del material de trabajo que les asignó el profesional y recibirá una devolución al respecto.

Los encuentros realizados abordaron las siguientes temáticas:

*Taller de Propuesta Valor:*

Se desarrolló contenido teórico y práctico con foco en la propuesta de valor. Incluye actividades de trabajo de cada equipo emprendedor con su propuesta de valor, para identificar aciertos y oportunidades de mejora en el modelo existente con foco en su propuesta valor y en la generación de rentabilidad.

*Taller de Modelo de negocios con métricas de impacto y finanzas para emprendimientos:*

Se presentaron herramientas claves para captar y distribuir valor a través de sus emprendimientos. Durante la jornada, inspeccionaron los distintos elementos de un Canvas de Modelo de Negocios, además de instrumentos para medir el impacto social y/o ambiental positivo de sus proyectos. Por último, se comentaron las formas de financiamiento disponibles actualmente para hacer crecer las propuestas de las y los emprendedores.

*Taller de Prototipado:*

Taller teórico y práctico en el que los participantes se acercaron a los conceptos de prototipado y producto mínimo viable. Además adquirieron herramientas clave para realizar una primera versión del mismo. Asimismo, se les brindó técnicas para elaborar hipótesis sobre las necesidades del potencial usuario y cómo dar respuesta con sus soluciones, para luego validarlo en campo.

*Taller de Presentaciones Efectivas:*

Taller teórico y práctico en el que los participantes adquirieron herramientas clave para captar el interés del otro en poco tiempo al momento de transmitir su propuesta. Se trabajó sobre la estructura de contenidos necesaria para la elaboración de una presentación efectiva, discriminando el tipo de contenido que debe tener. Se presentaron recursos de oratoria, que las y los participantes pusieron en práctica en una presentación final que realizaron.

# socialab

## *Taller de Comunicación y Diseño:*

Se les brindó a las y los participantes conceptos comunicacionales y de diseño como la Identidad de Marca, la Visión, la Misión y el Nombre de una empresa o emprendimiento. Se les presentaron herramientas clave para poder aplicar estos conceptos en sus emprendimientos y generar una presentación más profesional de sus propuestas.

**Sesiones de conversación:** 3 instancias diseñadas para brindar a los equipos finalistas encuentros con productores, emprendedoras y emprendedores exitosos y personas especialistas en diversas temáticas: innovación, comunicación, comercialización, con el fin de tener herramientas adicionales para el desarrollo de sus proyectos.

## *Charlas inspiradoras:*

Encuentro donde un panel de emprendedores inspiradores asociados a las temáticas de la agricultura, el agua y el mundo de la innovación y la tecnología, contaron su recorrido profesional y brindaron consejos a partir de sus experiencias. Luego se abrió un espacio de preguntas para que los equipos finalistas puedan consultar todas sus dudas.

## *Conversaciones rápidas:*

Cada equipo finalista participó de una ronda de conversaciones rápidas con productores especialistas y profesionales de áreas como: Marketing, Finanzas, Innovación, entre otras. Cada reunión tuvo una duración de 15 minutos donde los profesionales escucharon sus propuestas y les ofrecieron una devolución. Al final del encuentro cada equipo conversó y recibió devoluciones de 4 personas distintas, especialistas en diferentes temáticas.

## *Práctica de Presentaciones efectivas:*

Cada equipo finalista presentó en hasta 5 minutos su proyecto y recibieron devoluciones y recomendaciones de un jurado para que el contenido de su presentación reproduzca los puntos fuertes de su emprendimiento, de información sobre la problemática, detalle el modelo de negocios y explique el estado del proyecto.

**Mentoría personalizada:** Los equipos finalistas tuvieron a disposición un mentor/a asignado, que fue siguiendo el proceso y crecimiento del equipo mediante tres instancias de conversación: una al comienzo, una a mitad del proceso y una al finalizar la capacitación. El/la mentor/a dió devoluciones y recomendaciones a los equipos a partir de su experiencia.

## Resultados

### Capacitaciones

Las capacitaciones se realizaron a través de 5 encuentros con los equipos ganadores. Más del 80% de las y los participantes que compartieron sus experiencias indicaron estar muy y súper satisfechos/as por la información brindada en cada capacitación.

Se les consultó sobre qué acciones les inspiró a hacer cada encuentro y a continuación alguna de sus respuestas:

- Taller sobre Propuesta de Valor:
  - *“Me inspiró a conversar con mis compañeras de equipo para redefinir ciertos puntos de nuestro proyecto.”*
  - *“Investigar más sobre cómo resuelven hoy el problema los clientes/usuarios, ampliar la redacción de la propuesta de valor.”*
  
- Taller sobre Modelo de Negocios:
  - *“Investigar más y detallar las acciones de mi emprendimiento.”*
  - *“Diseñar el modelo de negocios y analizar los costos asociados.”*
  - *“Analizar la cadena del negocio para detectar el diferenciador.”*
  
- Taller de Prototipado:
  - *“Corroborar en encuestas, lo más representativas posibles, la/s hipótesis de trabajo que pensamos/percibimos.”*
  - *“Pensar en la necesidad y experiencia del cliente al momento de seleccionar un producto o servicio.”*
  
- Taller de Presentaciones Efectivas:
  - *“Saber escucharme y corregir mis muletillas.”*
  - *“Replantear desde donde, qué y cómo nos presentamos.”*
  - *“Mejorar la capacidad de síntesis. Seleccionar puntos estrella para lograr impacto e interés en la propuesta.”*
  
- Taller de Comunicación y Diseño:
  - *“Armar la definición de la visión.”*

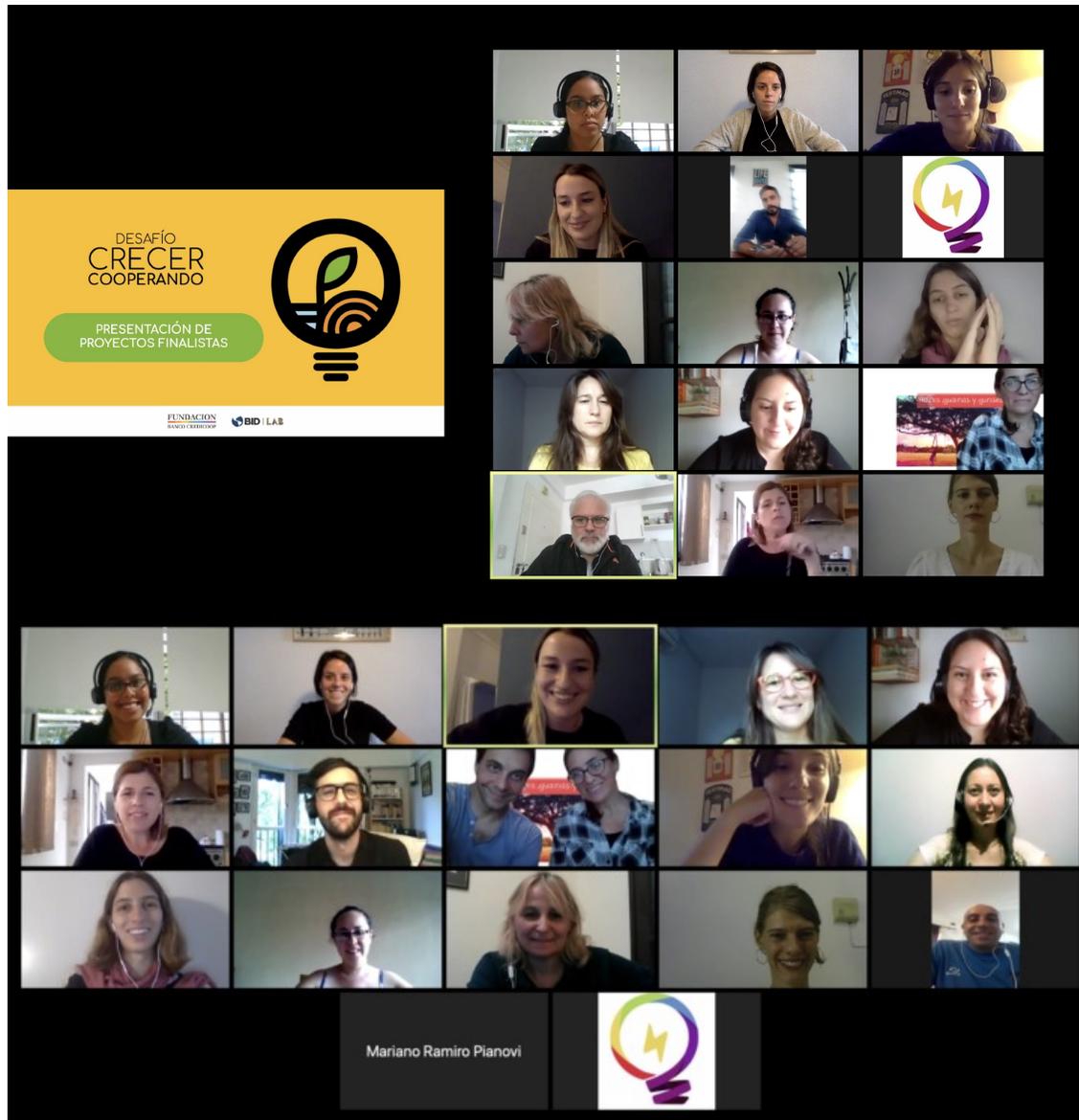
- *“Repensar, si la marca, puede ser, el actual nombre del Proyecto.”*
- *“Poner el foco en aspectos relevantes.”*

## Sesiones de conversación

Las sesiones de conversación fueron un espacio de acompañamiento para los equipos. Algunas de las apreciaciones que compartieron:

- En la sesión de Charlas Inspiradoras, un 66,67% de los equipos compartieron su opinión sobre el desempeño de los oradores indicando que se sintieron muy y súper satisfechos con lo conversado.
- En la sesión de Conversaciones rápidas, un 66,67% de los equipos compartieron su opinión y expresaron que estaban súper satisfechos con la experiencia y que les inspiró a:
  - *“Mejorar en el proyecto que estamos desarrollando con mi equipo.”*
  - *“Continuar pensando en los clientes, usuarios, los materiales que utilizamos para nuestra presentación.”*
  - *“Revisar y volver a enfocar.”*
  - *“Mejorar la comunicación efectiva.”*
- En la sesión final de Presentaciones efectivas, se les invitó a compartir qué fue lo que más y menos les gustó de la Capacitación y compartieron:
  - Más les gustó:
    - *“Los aportes de todos las capacitaciones, el intercambio activo con los mentores y la organización de todas las actividades.”*
    - *“La forma en la que articularon el contenido con los proyectos, la posibilidad de intercambiar con mentores y con usuarios.”*
  - Menos les gustó:
    - *“No poder dedicarle más tiempo y las corridas para los entregables.”*
    - *“A nivel equipo, el aprender del proceso iterativo nos costó más, muy desafiante el tolerar haciendo.”*

Algunas fotos del cierre:



Finalmente, algunos de los mensajes que compartieron los equipos sobre su experiencia en el Desafío Crecer Cooperando:

*“Fueron meses de mucho aprendizaje. Muy profesional y cuidada cada una de las actividades y seguimiento.”*

*“Muchísimas gracias a todo el equipo de Socialab! Nos vamos equipadas con excelentes herramientas.”*

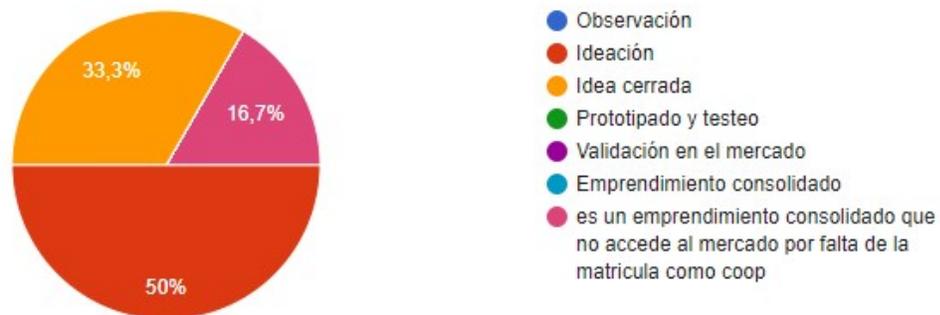
*“Gracias a todo el equipo de Socialab y Fundación Credicoop, como a cada uno de los mentores, muy enriquecedora la experiencia y anécdotas de cada uno.”*

## Mentorías

Las mentoras y mentores que acompañaron a los equipos, realizaron devoluciones en el transcurso de tres encuentros durante la Capacitación Intensiva Virtual sobre el equipo al que le dio seguimiento, reflejando los siguientes resultados:

### Encuentro 1:

Etapa en la que se encuentran los proyectos:



Apreciaciones generales:

- El 100% de las y los mentores indicaron que evidencian un gran compromiso con el crecimiento de sus proyecto.
- Para el primer encuentro, las y los mentores indicaron que el 83,33% de los equipos tenían ninguna o poca claridad en su propuesta de valor, mientras que un 16,67% de los equipos tenía una propuesta de valor clara para cada uno de sus clientes y usuarios.
- Para el primer encuentro, las y los mentores indicaron que el 66,67% de los equipos, presentaban un perfil de competencias muy acorde al emprendimiento que quieren emprender y un 33,33% de los equipos presentaban un perfil poco acorde.

## Encuentro 2:

Para el segundo encuentro, se les solicitó a los mentores evaluar a los equipos en tres aristas que fueron potenciadas durante los encuentros de capacitación interactivos, obteniendo los siguientes resultados:

- El 100% de las y los mentores indicaron que los equipos emprendedores tiene mucha capacidad para escuchar y recibir devoluciones, creando productos y servicios que las personas usarían.
- El 83,33% de las y los mentores consideraron para el segundo encuentro que los equipos emprendedores tienen mucha capacidad de adaptarse a nuevos escenarios y situaciones y hacer del cambio una oportunidad, mientras que el 16,67% considera que tiene poca disposición al respecto.
- El 83,33% de las y los mentores señalaron que los equipos emprendedores tienen una gran disposición a desafiar las condiciones dadas, proponer soluciones, mejoras y se orientan a acciones concretas y a aprender haciendo, mientras que el 16,67% señala que el equipo al que acompaña tiene poca disposición al respecto.

## Encuentro 3:

En el tercer encuentro, se invitó a las y los mentores a compartir apreciaciones finales sobre los equipos que acompañaron.

- Se les consultó si observaron cambios positivos en el equipo emprendedor o el proyecto en el transcurso del acompañamiento y estas fueron sus respuestas:



- Asimismo, se les invitó a compartir cuál consideran fue el impacto de la Capacitación en línea Intensiva y del acompañamiento, y estos son alguno de los mensajes:

*“Fue fundamental, porque el grupo interactúa constantemente y va realizando las adecuaciones del proyecto a partir del desarrollo de las capacitaciones”.*

*“El programa, desde ya, despertó el interés y la búsqueda de resolver problemas que se presentan en el sector agropecuario. Se expusieron muy buenas ideas, pero creo que al ser tan intensivo, no se tiene el tiempo de desarrollo y decantación de las distintas herramientas presentadas. Creo que debería haber más recorrido en algunos temas como por ejemplo el prototipado, orientarlos más en el tema de prototipo de apps. En particular me hubiera gustado disponer de más tiempo de contacto con el grupo.”*

*“Si bien el equipo tenía una idea muy clara, la amplitud de los temas desarrollados en las capacitaciones, les permitió tener un mejor espectro de lo que estaban encarando en su emprendimiento, y re formular o incorporar hechos que tenían aparentemente resueltos, logrando una problematización de su situación y pudiendo incorporar nuevos aspectos para revisar y reformular de una forma más sustentable sus acciones”.*

- Al consultarles cuán probable es que recomienden su experiencia como mentor o mentora, el 100% respondió que era muy o totalmente probable lo hicieran.
- Finalmente, compartieron algunos mensajes sobre su experiencia:

*“Excelente grupo para mentorear. Estábamos conectados constantemente a través de un grupo de WhatsApp.”*

*“Es interesante el intercambio en las diferentes etapas de formulación del proyecto, se enriquece conocimiento territorial del mentor con los aportes técnicos del equipo. Muy rico el intercambio de contactos, genera redes de aprendizaje.”*

*“Una muy buena experiencia, la posibilidad de que los equipos cuenten con dos mentores que sean complementarios en sus conocimientos, permitiría elevar la calidad del mentoreo.”*

## 7. APRENDIZAJES

- Resumen, aprendizajes y reflexiones

El programa cumplió con los tiempos estipulados, demostrando una planificación y ejecución eficientes.

La comunicación con los organizadores fue fluida, transmitiendo las necesidades y demandas que fueron surgiendo respecto al programa y a las que se fue dando respuesta. Un ejemplo de ello, fue la decisión de incentivar la participación de productores en la hackatón mediante la asignación de votos extras para aquellos equipos que se inscribieron con un/a productor/a entre sus miembros. De esta manera, se buscó dar respuesta a la inquietud de generar un involucramiento y un impacto real en la población en la que hace foco el programa.

En lo que respecta a la convocatoria, hubo una participación activa de ciudadanos de las provincias de San Juan y Misiones (provincias en las que estaba focalizado el programa), siendo que el **28%** de los grupos contaba con al menos un participante de **Misiones** y el **17%** de los grupos contaba con al menos un participante de **San Juan**. Asimismo, también hubo una participación notable de **productores** siendo que **17** grupos contaron con al menos un productor en el equipo.

No obstante, creemos que esta participación **podría ser aún mayor** para una próxima edición si se pusieran en práctica algunas de las siguientes recomendaciones:

- Contar con mayor tiempo para la difusión del programa.
- Gestionar reuniones virtuales con distintos organismos institucionales para ampliar la información sobre el programa, además del envío por email correspondiente.
- Hacer aún más intensivo el contacto con representantes de escuelas secundarias agrotécnicas de manera de asegurar una mayor participación de jóvenes en el programa.
- Gestionar entrevistas radiales o televisivas para promover la difusión del programa en las provincias de Misiones y San Juan.

## socialab

Por otro lado, sería interesante **explorar la posibilidad de que existiera un premio ya sea monetario o en términos de incubación**, para un equipo que resultara seleccionado entre los finalistas.

Esto fomentaría aún más la participación tanto en la hackatón como también en el compromiso de los equipos finalistas que participan de las capacitaciones en línea intensivas.