Informe de Resultados del Formulario sobre el Portal Agro Comercial del Huila

Aprendices:

Daniel Felipe Bata

Sergio Andres Leguizamo  
Andres Felipe Trespalacios

Instructor:   
Jhon Corredor

SENA

ficha: 2900177  
Neiva-Huila

**Introducción**

Este informe presenta los resultados de la encuesta realizada para evaluar la viabilidad y aceptación del *Portal Agro Comercial del Huila*. La encuesta fue respondida por 11 personas de la localidad de Arrayanes, en Teruel, Huila, con el objetivo de conocer su percepción sobre la necesidad de esta plataforma, así como sus opiniones sobre las funcionalidades y características que consideran importantes para su uso

**Resultados**

**1. Conectividad a Internet**

* Un 84.6% de los encuestados afirmó contar con acceso a internet, lo que indica que la mayoría podría utilizar la plataforma sin dificultades técnicas.
* Un 15.4% señaló que no tiene acceso a internet, lo que sugiere la necesidad de estrategias alternativas para incluir a estos usuarios.

**2. Actividad Económica Principal**

* La mayoría de los encuestados se dedica a actividades agrícolas, destacándose la producción de café y otros cultivos.
* Otras actividades reportadas incluyen ganadería y producción de frutas.

**3. Tipos de Producción en la Región**

* Se identificó que los principales productos agrícolas en la región incluyen café, plátano, yuca, maíz, frutas y hortalizas.

**4. Uso de Internet para Promoción**

* Un porcentaje significativo de encuestados no utiliza internet para promocionar sus productos, lo que resalta la importancia de una plataforma digital que facilite la visibilidad de los productores.
* Sin embargo, algunos productores ya usan redes sociales como Facebook y WhatsApp para promocionar sus productos.

**5. Preferencias sobre Funcionalidades de la Plataforma**

* Las funcionalidades más valoradas incluyen la posibilidad de visualizar información detallada sobre los productos, contacto directo con los productores y la opción de visualizar la ubicación de las fincas.
* También se mencionó el interés por incluir perfiles de catadores de café para calificar los productos, aunque con la aclaración de que la plataforma no gestionará pagos.

**6. Productos Más Vendidos**

* Se observa que el café es el producto más comercializado en la región, seguido de otros cultivos como plátano y frutas.

**7. Preferencia por Visualización de la Ubicación**

* La mayoría de los encuestados prefiere ver la ubicación de las fincas en un mapa interactivo, en lugar de solo una dirección escrita.

**8. Opinión sobre la Plataforma**

* Un alto porcentaje de encuestados considera que la plataforma ayudará a mejorar la comercialización de productos agrícolas y a dar más visibilidad a los campesinos.

**Conclusiones y Recomendaciones**

* **Alta aceptación del proyecto**: La mayoría de los encuestados considera útil la plataforma y apoya su implementación.
* **Conectividad adecuada**: La mayoría tiene acceso a internet, pero hay una minoría sin conexión, lo que podría representar una limitación.
* **Interés en funcionalidades específicas**: Los usuarios valoran la posibilidad de visualizar ubicación, tener contacto directo con productores y conocer detalles sobre los productos.
* **Necesidad de educación digital**: Un grupo significativo no usa internet para promocionar productos, lo que sugiere que la plataforma debe ser intuitiva y acompañada de capacitaciones.

El *Portal Agro Comercial del Huila* tiene un gran potencial para beneficiar a los productores locales, mejorar la visibilidad de sus productos y fortalecer el agro en la región. Se recomienda desarrollar un diseño accesible, con información clara y funcionalidades adaptadas a las necesidades identificadas en esta encuesta.