**La Pandemia: situación para los proyectos:**

**María Omonte, Steve V.**

**¿Retos?:**

* Relacion con la gente se ha truncado
* Como tranformar el trabajo de campo? – a método mas virtuales
* Falta de acceso a medios digitales entre la población, analfabetismo digital / “brecha digital”
* Menos posibilidad de entrar en el campo / comunidad / oficina / recogo y manejo de datos
* Han vuelto migrantes – alto costo de productos secos

**¿Oportunidades?:**

* Generar nuevos formatos y grupos de comunicación con contactos virtuales
* Se transfiere la responsabilidad y el poder de tomar datos hacia los productores y jóvenes
	+ Ej. De ferias populares en Cbba. - , llenar un formulario por un joven capacitado; buena capacidad de relacionarse con los vendedores en el mercado; ha generado una oportunidad dependiendo de las personas.
	+ Uso de la radio para escuchar clases en semillas y escuelas – también que muchos no tienen radios (contraste con el pasado cuando muchos tenían)
	+ Un app/plataforma para organizar compras directas en mercado local/solidario
	+ Apps y plataformas no está tan centralizado en Cbba, pero sí iniciativas de vendedores particulares?
	+ Reducción de frecuencia de mercados, necesitan permisos especiales, especialmente ahora con la cuarentena rígida.
	+ Mercados móviles han funcionado bien -- ¿Cómo ajustar el proyecto, ya tiene 5?
	+ En las zonas periurbanos, la gente ya no van a la ciudad, se quedan en las zonas periurbanos y venden desde allá; se arman mercados periurbanos de esa forma
	+ Un sentimiento de comprar “lo nuestro pero bien nuestro” – proyectos de muy cerca
	+ Han vuelto muchos migrantes – demanda para productos locales
	+ La migración se ha volcado a ciudad -> campo (al revés de lo anterior)

**Decentralización de los grandes mercados** – hay interés en establecerlos de una forma mas permanente -- implica una demanda para las actividades del proyecto? – sin embargo sigue la dominancia de los intermediarias, ej. Botar a los pequeños productores, amanezando con la fuerza de la regulación.

**Estrategias innovadoras:**

* Ajustar numero de grupo meta de mercados móviles? – (camionetas que venden) ;
* Buscar donde los productores están vendiendo directo a los consumidores, y entender la forma de apoyar en la nueva situación.
* Aplicación / Plataforma para vincular consumidores a productores y mercados
* Fortalecer capacidades de la gente local en tomar datos, emprender actividades de investigación
* Ferias de semillas locales como una estrategia innovadora; tener mas semilla local
* Redes para fortalecer proyectos.