

UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL

SEDE LIBERIA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA

ASESORÍA PARA POTENCIAR LA CADENA DE VALOR, DIRIGIDA A MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS POR INSTITUTO NACIONAL DE MUJERES (INAMU), REGIÓN CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA ASESORÍA VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA PANDEMIA. LIBERIA, 2021.

SUSTENTANTES:

CORONADO ACEVEDO MARÍA DINA

MONTERO MARTÍNEZ CÉSAR ANTONIO

ROMERO GARCÍA CAROLINA DE LOS ÁNGELES

LIBERIA, GUANACASTE.

2022



Universidad Técnica Nacional
Carrera Licenciatura en Gestión Empresarial

ACTA DE TRIBUNAL EVALUADOR TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

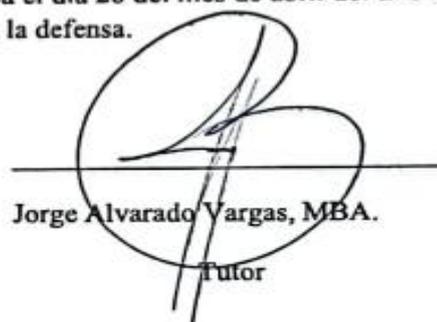
Mediante la presente los miembros del Tribunal Evaluador del proyecto final de graduación, denominado: **ASESORÍA PARA EL POTENCIAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DIRIGIDA A MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS POR EL INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INAMU), REGIÓN CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE ASESORÍA VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA PANDEMIA LIBERIA, 2021.**, elaborado por las personas estudiantes **MARÍA DINA CORONADO ACEVEDO, CÉSAR ANTONIO MONTERO RAMÍREZ Y CAROLINA DE LOS ÁNGELES ROMERO GARCÍA**; hace constar que posterior a la revisión del documento y la defensa final, este proyecto cumple con lo establecido en el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Nacional, con una calificación final de 84.75, y sin observaciones adicionales el trabajo es aprobado.

Para constancia de lo mencionado anteriormente, se aprueba el día 26 del mes de abril del año 2022 y firman los miembros del Tribunal Evaluador presentes en la defensa.



Julio Esquivel González, MBA.

Director de Carrera



Jorge Alvarado Vargas, MBA.

Tutor



Allen Solórzano Salas, MBA.

Lector



Jorge Loáiciga Gutiérrez, MBA.

Lector

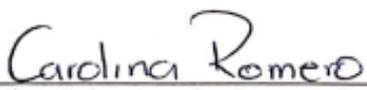


Roberto Rodríguez Alcócer

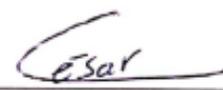
Jurado Calificador

Declaración jurada

Yo, Carolina de los Ángeles Romero García, cédula: 155811561421, César Antonio Montero Martínez, cédula: 504060146 y María Dina Coronado Acevedo, cédula: 116120660 estudiante de la Universidad Técnica Nacional Sede Guanacaste, declara bajo la fe de juramento y consciente de las responsabilidades penales de este acto, que somos autores intelectual del trabajo final de graduación titulado: **“Asesoría para potenciar la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de Mujeres (INAMU), Región Chorotega, para el desarrollo del programa Asesoría Virtual e Identificación de Riesgos Producidos por la pandemia. Liberia, 2021”** y que no hemos reproducido, total o parcialmente, libros o documentos escritos por otras personas, por lo que eximo a la Universidad Técnica Nacional de Costa Rica de cualquier responsabilidad.



Carolina de los Angeles Romero García
Cédula: 155811561421



César Antonio Montero Martínez
Cédula: 504060146



María Dina Coronado Acevedo
Cédula: 116120650

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado primero a Dios, por concederme la fortaleza de seguir adelante a pesar de las adversidades; a mi madre Massiel Acevedo, por su guía en el camino de esta maravillosa carrera. Por supuesto, a mi pareja Rafa Betancourt por dedicar su tiempo para culminar este proceso y siempre estar dispuesto en la atención de nuestro hijo, el ser más importante de mi vida, motivo por el cual termino con éxito y felicidad, este proceso.

A cada uno de los profesores que nos instruyeron con sus conocimientos, a lo largo de estos años, gracias infinitas también a quienes hicieron posible la culminación de esta licenciatura.

Coronado Acevedo María Dina

Dedico este trabajo a Dios por permitirme culminar la licenciatura: igualmente, a mi padre José Alejandro Montero, por ser mi mayor incentivo para lograr esta meta, a pesar de su partida, a mi madre Concepción Martínez, por darme la vida y apoyarme en este proceso universitario; asimismo, a mi abuela María Sáenz, por su apoyo incondicional en este periodo académico y el haber estado siempre para mí.

A los profesores, por aporte intelectual en los diferentes grados universitarios; indudablemente, sin ellos no habría podido cumplir esta meta.

Montero Martínez César Antonio

Dedico a Dios este logro por facilitarme la oportunidad y bendición de haber culminado este proceso formativo secular tan importante para mí, Él me permitió, además, aprovechar las oportunidades que brinda este país para poder formarse y lograr una mejor calidad de vida. Indudablemente, agradezco a mi madre María Eugenia García, por su apoyo

permanente. A mi esposo Josué Felipe Vindas por todo el soporte brindado; de igual manera, a mi hija Luciana Vindas por el amor y paciencia durante este tiempo de aprendizaje.

Indudablemente, agradezco a los profesores por su ayuda y motivación, valores fundamentales para alcanzar éxitos en este proceso de formación académica.

Romero García Carolina de Los ángeles

Agradecimiento

Expresamos nuestro profundo agradecimiento, primero que todo, a Dios Todo poderoso, por permitirnos culminar esta investigación dirigida y proveernos la fortaleza, motivación y sabiduría. A la Universidad Técnica Nacional por nuestra excelente formación en todos los grados académicos, indispensables para forjarnos como profesionales del mercado laboral.

Al Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), especialmente a las señoras Mérida Carballo y a Daniela Aiza por permitirnos realizar la investigación dirigida en esta gran institución que vela por la seguridad y el futuro de las mujeres costarricenses.

Agradecemos a nuestro tutor el señor Jorge Alvarado, a nuestros lectores, los señores Allen Solórzano y a Jorge Loáiciga, por su acompañamiento en esta investigación, indispensable para la conclusión exitosa de este propósito. También el señor Jorge Avendaño por incentivarnos para continuar con el grado de licenciatura y desarrollar la presente investigación.

Coronado Acevedo María Dina

Montero Martínez César Antonio

Romero García Carolina De Los ángeles

Tabla de contenido

Capítulo I		XVI
1.1	Introducción	17
1.1.1	Área de Estudio, Delimitación del Problema y Justificación.	18
1.1.2	Problemática de investigación.	18
1.1.3	Delimitación del tema.	19
1.1.4	Justificación.	22
1.1.5	Estado del arte.	23
1.1.6	Objetivos.	29
1.1.6.1	Objetivo General	29
1.1.6.2	Objetivos específicos.	29
Capítulo II		31
2.1	Marco Teórico	32
2.1.1	Gestión empresarial.	32
2.1.2	Plan de negocios.	32
2.1.3	Plan gestión de riegos.	35
2.1.3.1	Componentes del plan gestión de riegos.	35
2.1.3.1.1	Objetivo.	35
2.1.3.1.2	Estrategia	36
2.1.3.1.3	Actividades de Contingencia	36
2.1.3.1.4	Tiempo	37
2.1.3.1.5	Recursos	37
2.1.3.1.6	Ejecución del plan	38
2.1.3.1.7	Medición	38
2.1.4	Planeación.	38
2.1.5	Planeación estratégica.	39
2.1.6	Producto.	39
2.1.7	Servicio.	40
2.1.8	Empresa.	40
2.1.9	Emprendedor.	41
2.1.10	Programa de capacitaciones.	41
2.1.11	Diagnóstico de habilidades.	42
2.1.12	Habilidades empresariales.	42
2.1.12.1	El liderazgo.	43
2.1.13	La cadena de valor.	43

2.1.13.1	Cadena de valor de Michel Porter.	44
2.1.13.2	Cadena de valor McKinsey	45
2.1.2.1	Cadena de valor de servicio	46
2.1.15	Infraestructura.	47
2.1.16	Recursos humanos.	47
2.1.17	Tecnología.	48
2.1.18	Compras.	48
2.1.19	Logística de entrada.	49
2.1.20	Producción.	49
2.1.21	Logística de salida.	50
2.1.22	Marketing.	50
2.1.23	Servicio post ventas.	50
Capítulo III		52
3.1	Estrategia metodológica	53
3.1.1	Paradigma asumido en el estudio.	53
3.1.2	Descripción del paradigma.	53
3.1.2.1	Paradigma Naturalista.	53
3.1.3	Justificación del paradigma.	54
3.1.4	Enfoque, tipo de investigación y diseño.	54
3.1.5	Enfoque de investigación.	55
3.1.6	Tipo de investigación.	56
3.1.6.1	Investigación exploratoria.	57
3.1.6.2	Investigación descriptiva	57
3.1.6.3	Investigación explicativa	57
3.1.7	Muestreo.	58
3.1.8	Hipótesis o pregunta generadora.	58
3.1.9	Definición de Variables.	60
3.1.10	Cronograma.	65
Capítulo IV		66
4.1	Análisis de resultados.	67
4.1.1	Perfil de las encuestadas.	67
4.1.2	Diagnóstico previo a la capacitación	73
4.1.3	Programa de Capacitación.	82
4.1.3.1	Sesión 1-Inducción.	82
4.1.3.2	Sesión 2- El proceso productivo de la empresa.	82

4.1.3.3	Sesión 3- Cadena de valor.	83
4.1.3.4	Sesión 4– Factores de riesgos de las empresas lideradas por mujeres.	84
4.1.3.5	Sesión 5- Afectación de la crisis económica en mi cadena de valor.	84
4.1.3.6	Sesión 6- Cadena de valor.	85
4.1.3.7	Sesión 7- Matriz Cadena de valor.	85
4.1.4	Ejecución de programa de capacitación.	86
4.1.5	Diagnóstico de valuación post-Capacitación.	90
5	Conclusiones y recomendaciones	97
5.1.1	Conclusiones.	98
5.1.2	Recomendaciones.	100
6	Bibliografía	102
7	Anexos	110
6.1	Perfil del encuestado.	111
6.2	Diagnóstico previo a la capacitación.	113
6.3	Diagnóstico de valuación post-capacitación.	118
6.4	Ficha técnica, Guía de trabajo individual # 1	122
6.5	Imágenes de la asesoría.	123

Índice de abreviaturas

Las siguientes abreviaturas se utilizan durante el desarrollo del presente documento.

Esta tabla orienta al lector para facilitar la interpretación de las abreviaturas utilizadas.

Abreviatura	Significado
INAMU	Instituto Nacional de la Mujer
IMAS	Instituto Mixto de Ayuda Social
INDER	Instituto de Desarrollo Rural
INA	Instituto Nacional de Aprendizaje
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
UTN	Universidad Técnica Nacional
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CCCR	Cámara de Comercio de Costa Rica
CENPROMYPE	Centro Regional de la MIPYME
CDE	Centro de Desarrollo Empresarial
MEIC	Ministerio de Economía, Industria y Comercio
UAH	Universidad de Alcalá de Henares

Índice de figura

Figura 1. Mapa de ubicación del Instituto de las Mujeres (INAMU)	20
Figura 2. Mapa de ubicación del Universidad Técnica Nacional (UTN)	21
Figura 3. Diagrama de cadena de valor Michael Porter	45
Figura 4. Diagrama de cadena de valor Mc Kinsey	46
Figura 5. Diagrama de cadena de valor de Servicio	47
Figura 6. Perfil del encuestado	67
Figura 7. Perfil del encuestado	68
Figura 8. Perfil del encuestado	69
Figura 9. Perfil del encuestado	70
Figura 10. Perfil del encuestado	71
Figura 11. Perfil del encuestado	72
Figura 12. Diagnóstico previo a la capacitación	73
Figura 13. Diagnóstico previo a la capacitación	74
Figura 14. Diagnóstico previo a la capacitación	75
Figura 15. Diagnóstico previo a la capacitación	76
Figura 16. Diagnóstico previo a la capacitación	77
Figura 17. Diagnóstico previo a la capacitación	78
Figura 18. Diagnóstico previo a la capacitación	79
Figura 19. Diagnóstico previo a la capacitación	80
Figura 20. Diagnóstico previo a la capacitación	81
Figura 21. Diagnóstico de valuación post-capacitación	91
Figura 22. Diagnóstico de valuación post-capacitación	92
Figura 23. Diagnóstico de valuación post-capacitación	93

Figura 24. Diagnóstico de valuación post-capacitación	94
Figura 25. Ficha técnica, Guía de trabajo individual	122
Figura 26. Realización de clases virtuales	123
Figura 27. Realización de clases virtuales	123
Figura 28. Realización de clases virtuales	124
Figura 29. Realización de clases virtuales	124
Figura 30. Realización de clases virtuales	125
Figura 31. Realización de clases virtuales	125
Figura 32. Realización de clases virtuales	126

Índice de tabla

Tabla 1. Definición de variables de objetivo n°1	60
Tabla 2. Definición de variables de objetivo n°2	61
Tabla 3. Definición de variables de objetivo n°3	62
Tabla 4. Definición de variables de objetivo n°4	63
Tabla 5. Definición de variables de Objetivo n°5	64
Tabla 6. Cronograma del trabajo n°6	65
Tabla 7. Ejecución del programa de capacitación	86
Tabla 8. Ejecución del programa de capacitación	87
Tabla 9. Ejecución del programa de capacitación	88
Tabla 9. Ejecución del programa de capacitación	89

Resumen

La afectación que el coronavirus provocó a las mujeres empresarias y emprendedoras en sus negocios de bienes y servicios, y a las organizaciones de mujeres productivas o en defensa de los derechos de las mujeres ha traído consigo, decisiones difíciles como cerrar totalmente el negocio o trabajar a puerta cerrada disminuyendo la producción.

Esta crisis que se ha presentado en la dinámica económica de los negocios de las mujeres ha incentivado a las empresarias tomar medidas para enfrentar esta situación: ha permitido reinventar, innovar, diversificar, capacitarse, realizar un mayor manejo de redes sociales para promocionar sus bienes y servicios; implementar el servicio a domicilio de entrega de sus productos.

El cuestionamiento anterior se fundamenta en el estudio realizado por el INAMU (Instituto Nacional de la Mujer), el cual fue motivado para conocer la afectación económica y sanitaria producida por la pandemia COVID -19. Pretende determinar el impacto causado en la población femenina del país, especialmente, las emprendedoras. Con este fin, se diseñó un programa de asesoría con miras a potenciar la cadena de valor; de igual manera, identificar los riesgos producidos por la pandemia. En última instancia, se pretende impulsar al grupo de microempresarias elegidas del sector agro, con el propósito de lograr una mejor reactivación económica en sus negocios.

La cadena de valor establece aspectos relacionados con el panorama competitivo, en los que delimita conseguir los objetivos identificados como prioritarios, también visualiza los productos que de alguna manera en su proceso se ven afectados; asimismo, determinar qué tipo de compradores influyen en ese proceso.

Durante los procesos hasta el producto final, la cadena de valor divide estos acontecimientos en dos tipos de actividades: las primarias enfocan su interés en la elaboración

del producto, así como el proceso final de compra; por otra parte, las actividades de apoyo involucran la participación del personal, la infraestructura y demás aspectos que soportan la actividad primaria.

Palabras claves: Empresarias, sector agro, INAMU, Covid-19 y Cadena de Valor.

Capítulo I

1.1 Introducción

El presente proyecto tiene como objetivo potenciar, mediante asesorías virtuales, a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU) para el desarrollo del Programa de Asesoría Virtual e Identificación de riesgos producidos por la pandemia. La pandemia del coronavirus impactó a las mujeres empresarias y emprendedoras en sus negocios de bienes y servicios, y a las organizaciones de mujeres productivas o en defensa de sus derechos. Esta afectación generó decisiones difíciles como cerrar totalmente el negocio, o trabajar a puerta cerrada disminuyendo la producción.

La citada crisis afectó la dinámica económica de los negocios de las mujeres, e incentivó a las empresarias tomar medidas para enfrentar esta situación, entre otras las siguientes: permitió reinventar, innovar, diversificar, capacitarse, realizar un mayor manejo de redes sociales para promocionar sus bienes y servicios; e incluso, implementar el servicio a domicilio de entrega de sus productos.

Ante este panorama, la Universidad Técnica Nacional, mediante el aporte de estudiantes del grado de Licenciatura en la carrera de Gestión y Administración Empresarial, en conjunto con el Instituto Nacional de las Mujeres, facilitó el desarrollo de asesorías virtuales, con el fin de generar seguimiento constante y su vez, motivar a las mujeres para continuar en sus emprendimientos.

El proyecto tiene como propuesta metodológica participativa 3 fases; 1) partir de la práctica. 2) la teorización y 3) vuelta a la práctica. Al apropiarse de la teorización, de comprenderla a la luz de las experiencias personales y de resignificar las vivencias, es indispensable preguntarse ¿qué hacer? Al respecto, se pretende que esta lectura de la realidad transforme el contexto empresarial de las mujeres participantes.

Cabe destacar que este informe final de proyecto, en el capítulo I, integra el desarrollo de la introducción, los objetivos claves del proyecto, así como el problema de investigación junto a la delimitación del tema y su respectiva justificación. El capítulo 2 lo estructura el Marco Teórico práctico. En este apartado se explican algunos conceptos claves orientadores para el desarrollo del proyecto. Por último, se encuentra el capítulo 3, que presenta la estrategia metodológica.

1.1.1 Área de Estudio, Delimitación del Problema y Justificación.

En este apartado se concentra el problema de investigación, la delimitación del tema y la justificación del proyecto por realizar en el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), Sede Liberia.

1.1.2 Problemática de investigación.

El problema de investigación es la base para determinar el proceso de indagación. Se orienta a responder la interrogante planteada para efectos del estudio; además, proporciona una guía para definir el tema. Por tal motivo, en la investigación se detectó el siguiente problema.

¿Es factible desarrollar un programa potenciador de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), Región Chorotega, mediante la ejecución del programa Asesoría Virtual e Identificación de Riesgos, causados por la pandemia, en Liberia, 2021?

El cuestionamiento anterior se fundamenta en el estudio realizado por el INAMU (Instituto Nacional de la Mujer), el cual fue motivado para conocer la afectación económica y sanitaria producida por la pandemia COVID -19. Pretende determinar el impacto causado en la población femenina del país, especialmente, las emprendedoras.

En términos de la afectación sufrida por las mujeres emprendedoras y empresarias, el Departamento de Desarrollo Regional del INAMU, realizó un sondeo entre el 2 de abril y el 19 de mayo 2020, a 607 mujeres que atendían su propio negocio; dicho acercamiento, permitió identificar que las actividades económicas más afectadas fueron las siguientes:

- Servicios (23%), entre los que figuran ventas de comidas, salones de belleza y estéticas, reparaciones menores, entre otras.
- Agroindustria (22%), particularmente panadería, producción de lácteos y derivados, jaleas, chileras, entre otros.
- Textil (16%), que incluye confección de ropa de todo tipo, uniformes, bordados personalizados, entre otros.
- Agrícola (10%), donde destaca el cultivo y comercialización de hierbas medicinales, maíz, plátano, yuca, entre otros.
- Artesanía (10%), como joyería y accesorios personalizados. (INAMU,2020)

En consecuencia, se identificó la necesidad de brindar herramientas necesarias para el fortalecimiento comercial que permitiera a las empresarias enfrentar los cambios producidos por la crisis, mediante la aplicación de técnicas adecuadas para reinventar su negocio y generar valor a sus productos y servicios.

1.1.3 Delimitación del tema.

El proyecto está delimitado para mujeres emprendedoras del sector agro con negocios en marcha, seleccionadas para participar en el programa de capacitación, con experiencia en dicha actividad empresarial, como mínimo de un año, en la Región Chorotega, durante el año 2021.

Desde esta perspectiva, la institución encargada de proporcionar la asesoría virtual estuvo a cargo de la Universidad Técnica Nacional, con participación de los estudiantes del grado de Licenciatura en la carrera de Gestión y Administración Empresarial. El material didáctico fue proporcionado por el Instituto de las Mujeres para su debida implementación. Ambas instituciones cuentan con una sede regional, localizadas en el cantón de Liberia, Guanacaste. Esta provincia conocida como la Región Chorotega, es la quinta provincia del país, se encuentra al norte de Costa Rica y colinda con el país vecino de Nicaragua.

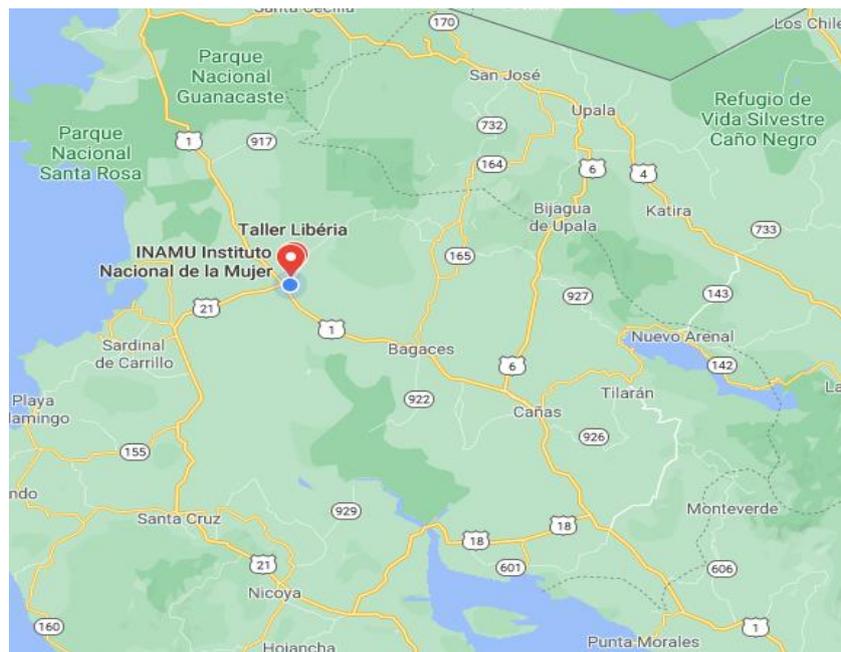


Figura 1. Ubicación del Instituto de las Mujeres (INAMU) en la provincia de Guanacaste. El punto rojo marca la ubicación exacta del ente público, ubicado en el cantón y distrito de Liberia. Adaptación: Google Maps2022.



Figura 2. Ubicación de la Universidad Técnica Nacional, provincia de Guanacaste. El punto rojo marca la ubicación exacta del ente público, localizado en el cantón y distrito de Liberia.

Adaptación: Google Maps2022.

1.1.4 Justificación.

La realización de este proyecto se fundamenta en la importancia del apoyo requerido por las microempresas o emprendedores en general, especialmente, el sector de gran valor como es el agro. Con esta finalidad, se conformó el equipo de trabajo integrado por los estudiantes de la Universidad Técnica Nacional con el apoyo del Instituto Nacional de la Mujer, Liberia, orientado a brindar la asesoría empresarial requerida, de forma gratuita.

Por su parte, el grupo de mujeres guanacastecas beneficiadas con el proyecto, se identifican en muchos casos, por ser jefas de hogar y único sustento de sus familias quienes buscan fortalecer sus negocios y adquirir nuevos conocimientos de herramientas factibles para mejorar la calidad de sus productos y servicios.

En relación con al aporte social brindado por el Instituto Nacional de la Mujer en conjunto con los estudiantes de la Universidad Técnica Nacional, es importante indicar que el objetivo común es que las mujeres se instruyan, conozcan, apliquen y generen mayores oportunidades a sus negocios. Con este fin, se diseñó un programa de asesoría con miras a potenciar la cadena de valor; de igual manera, identificar los riesgos producidos por la pandemia. En última instancia, se pretende impulsar al grupo de microempresarias elegidas del sector agro, con el propósito de lograr una mejor reactivación económica en sus negocios.

Esta asesoría pretende que el grupo de mujeres emprendedoras del sector agro, reconozcan los problemas que afrontan sus pequeñas empresas; a su vez, identifiquen nuevas estrategias que les permita mejorar y disminuir riesgos a los cuales están expuestos los negocios en marcha, sea a nivel interno o externo; por ende, aplicar las correcciones necesarias.

Cabe aclarar que el objetivo de El Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), se orienta a capacitar a la población beneficiada; a su vez, permitirle a este grupo de mujeres fortalecer

y continuar con sus negocios del sector agro. Mediante este impulso se busca que ellas logren afrontar adecuadamente, las consecuencias laborales y empresariales provocadas por la pandemia. Asimismo, con esta nueva visión, logran potenciar sus habilidades empresariales y desarrollar las estrategias oportunas para ser empresarias con las herramientas requeridas, tales como habilidades de liderazgo, planeación y control, fundamentales para implementar mejoras continuas en sus procesos productivos.

1.1.5 Estado del arte.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se consideró estudios e informes previos relacionados con la temática en cuestión; especialmente, en materia de capacitaciones y asesorías, dirigidas a pequeños empresarios, por parte de entidades gubernamentales y conceptos de la cadena de valor, asunto de interés brindado en las asesorías a las empresarias.

Al respecto, es importante señalar que la unión entre el sector privado y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha dado como resultado la creación de un proyecto para que las mujeres de Latinoamérica tengan acceso para impulsar sus productos en los mercados regionales e internacionales. Esta iniciativa se creó como respuesta ante las consecuencias negativas que ha dejado la pandemia de Covid 19. Este programa es dirigido y está enfocado en la reactivación económica del área, por parte de mujeres emprendedoras. Léase el siguiente texto:

“Creciendo Juntas en las Américas” busca apoyar a... empresas lideradas por mujeres en...: el desarrollo de capacidades y mejoras... el uso y adopción de tecnologías de la información y la comunicación para la transformación y optimización de sus procesos empresariales. (BID, 2021)

Asimismo, se lee:

“El Programa Mujer Empresaria se inició en el 2010 como una iniciativa de la Cámara de Comercio de Costa Rica para buscar espacios donde las mujeres empresarias puedan capacitarse y desarrollar sus habilidades empresariales y de liderazgo” (Cámara de Comercio de Costa Rica, 2022).

El objetivo principal del citado programa es generar oportunidades en igualdad de condiciones para hombres y mujeres. Pretende desvanecer la brecha económica vigente en el país.

Según una de las iniciativas que surgió en el 2019 contempla que las mujeres emprendedoras podrán transformar sus ideas en oportunidades de negocios, gracias al Programa “Mujer y Negocios”, iniciativa liderada por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), con apoyo del Centro Regional de Promoción de la MIPYME. (Cenpromype,2021)

Entre las iniciativas de este programa, orientado a la mujer emprendedora se contempla propiciar una mayor participación de las mujeres en el sector empresarial y a su vez, dotarlas de capacidades de liderazgo, innovación y fortalecimiento de las ideas de negocios que les permita una mayor competitividad para adaptarse a las exigencias y cambios en el mercado empresarial.

Por otra parte, se consultó el Proyecto Emprende. “Iniciativa para fortalecer los negocios de las mujeres rurales en la fase de emprendedurismo abarca tres regiones del país: Región Chorotega, Pacífico Central y Región Atlántica” (INAMU, 2019). Léase la siguiente cita:

Este proyecto es liderado por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) dentro de los resultados obtenidos de este programa se obtuvieron datos importantes tales como: 995 MYPE atendidas (88.1% activas al final del proyecto) ,61 MYPE grupales (6%)

1100 mujeres capacitadas 20% aprox. se logró vincular a servicios financieros.
(FOMUJERES, 2019)

Como se aprecia, los planes son fundamentales en toda organización, cada empresa grande, mediana o pequeña debe tener planes de acción que permitan mitigar los riesgos asociados a su operación en desarrollo, tanto internos o externos, que puedan sobrevenir en cualquier circunstancia imprevista, como en este caso, la afectación del COVID-19.

Desde esta perspectiva, contar con un plan de gestión de riesgos es fundamental en la mayoría de las organizaciones, debido a que constituye la forma como se protegen interna y externamente. La gestión de riesgos comienza con la detección de los posibles peligros a los que se expone una empresa, para después adoptar las medidas oportunas e implantar los procesos necesarios para minimizar o eliminar esos peligros. (Arévalo, 2020)

Por consiguiente, es necesario que las empresas afectadas por la pandemia, sobre todo, aquellas que cuentan con menor capital o en este caso en particular, los pequeños productores; especialmente; el sector agro, utilicen herramientas adecuadas, que les posibiliten implementar y alcanzar una mayor competitividad en el mercado, tal y como se recomienda en el siguiente texto.

“La cadena de valor de una empresa identifica las actividades primarias que crean valor al cliente y las actividades de soporte relacionadas” (Thompson, 2012, p.107).

En la cita anterior, Thompson considera fundamental que toda organización posea un pleno y claro conocimiento de cada una de las actividades productivas que se desarrollan en su negocio, con la finalidad de mantener o incrementar el valor agregado a los clientes y gestionar mejor las acciones para obtener mejoras continuas en sus procesos y el producto final.

Tomando en cuenta lo anterior, conviene aclarar que el concepto de cadena de valor es importante en un contexto de cambios y transformaciones, donde el conocimiento y la capacidad de innovación, constituyen las variables estratégicas para generar desarrollo económico integrado; asimismo, responde a la necesidad de las empresas de optimizar sus estructuras de costos y sus capacidades de innovación productiva para mantener el posicionamiento competitivo en el mercado. (Herrera, 2021)

Desde la perspectiva de dichas consideraciones, es fundamental establecer los cambios y estrategias necesarias para poder alcanzar una verdadera transformación empresarial innovadora que genere el cambio económico requerido para poder lograr la competitividad que exige el mercado actualmente.

En este sentido, Umaña (2016), indica que la agricultura costarricense sufre muchos problemas de competitividad que padece el país los cuales se manifiestan, de manera general recurrente y creciente, desde hace un par de décadas. Al productor local se le disparó en un 40% el costo del componente doméstico de sus insumos, energía y planilla, en relación con quienes compiten aquí y en el extranjero. (Umaña, 2016)

Aunado a dicha problemática enfrentada por el sector agrícola del país, se suman los efectos adversos producidos por el Covid-19, los cuales han incrementado los desafíos; entre otros, la dificultad para acceder a créditos y la poca capacidad para competir en el mercado con productores nacionales.

En estas investigaciones y estudios previos realizados se constata que la problemática del sector agro es evidente, asimismo, debe atenderse la necesidad de aumentar las capacidades de competitividad y la importancia de implementar planes en las organizaciones, para la gestión de posibles riesgos que puedan afectar su permanencia en el mercado; de igual manera, integrar la cadena de valor como herramienta de mejora continua.

Otro ejemplo claro de estos programas de inversión, ofertados para brindar estos apoyos, se cita el que brindó el IMAS (Instituto Mixto de Ayuda Social), en el año 2016 cuyo propósito era capacitar a un grupo de mujeres, interesadas en desarrollar alguna iniciativa de negocio y fortalecer de ese modo su economía.

Con este programa muchas mujeres emprendedoras fueron beneficiarias, al recibir capacitación para la mejora de sus negocios. “90 mujeres emprendedoras, beneficiarias del Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), comenzaron su proceso de formación con el curso “Plan de Negocios” que les permite desarrollar capacidades y formarse como empresarias” (IMAS, 2017).

Este es uno de los muchos ejemplos de capacitación desarrollados por entidades gubernamentales para beneficiar a las empresarias, dispuestas a potenciar y desarrollar ideas innovadoras, que de otra manera, no habrían podido obtener los recursos necesarios para optar por la capacitación adecuada que les permitiera salir adelante.

Por otra parte, también se encuentra el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), entidad enfocada a brindar apoyo a los productores, mediante asesoría empresarial y acompañamiento para el desarrollo de proyectos de negocio de los emprendedores. El MAG trabaja en conjunto con el IMAS (Instituto Mixto de Ayuda Social) y el INDER (Instituto Desarrollo Rural), según Cordero (2019), “El Ministerio de Agricultura (MAG), a través de las agencias de extensión del MAG y con el soporte del Departamento de Emprendimiento Rural, brinda programas de desarrollo organizacional y empresarial” (Cordero, 2019). Desde esta óptica, puede afirmarse que las citadas instituciones públicas benefician a muchos empresarios para el fortalecimiento de sus negocios.

Estos programas se trabajan en conjunto para poder obtener un desarrollo integral, que permitan a los empresarios incorporar un valor agregado a sus productos, una ventaja

competitiva y las habilidades empresariales necesarias para enfrentar las crisis y a la vez, fortalecer sus negocios.

Según un comunicado de prensa de la Presidencia de la República (2021) afirma:

Las pymes y emprendedores de Guanacaste cuentan con una nueva opción para el desarrollo y fortalecimiento de sus negocios, a través del Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) ubicado en Liberia.

Se trata de una iniciativa de asesoría gratuita a pymes y emprendedores que impulsan el INA y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), mediante la cual se proyecta atender a más de 150 empresas de la región en el primer año de operaciones.

Con este mismo propósito, el CDE de Liberia inició en febrero del 2021 y ya registra 29 empresas atendidas, que representan 98 empleos impactados. Paralelamente, se gestiona establecer centros satélites en Cañas, La Cruz y en otras sedes del INA para aumentar la efectividad de los servicios.

Cada una de esta empresa se ha beneficiado de dichos programas de suma importancia, ya que les permite alcanzar oportunidades de crecimiento en momentos de gran afectación económica ocasionada por la pandemia COVID-19, a nivel nacional y mundial.

Es conveniente destacar que uno de los sectores más importantes del país es el agrícola, el cual requiere más apoyo y alianzas para poder crecer y obtener un mayor desarrollo competitivo. Se considera que dicho sector demanda accesos a financiamientos tanto para mejorar los productos, como para obtener más terrenos que les permitan producir más.

Tomando en cuenta lo anterior, muchos productores pueden contar con el apoyo que brinda INDER (Instituto de Desarrollo Rural), a nivel nacional, mediante las diferentes iniciativas dirigidas a los productores y sus familias que les permitan adquirir créditos y capacitación. Barquero menciona que: “Como parte del programa Fomento a la Producción y Seguridad Alimentaria, para este 2021 el Instituto de Desarrollo Rural (INDER) trasladará a los productores rurales ¢5 mil millones, para el beneficio directo de más de 3.532 familias” (Barquero,2021).

Una vez descritos los programas de apoyo a los emprendedores comerciales, seguidamente se citan los objetivos que orientaron el presente trabajo de investigación.

1.1.6 Objetivos.

1.1.6.1 Objetivo General

Desarrollar un programa potenciador de la cadena de valor dirigido a mujeres empresarias del sector agrícola, en colaboración con el Instituto Nacional de la Mujer Región Chorotega, Liberia, para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia COVID-19.

1.1.6.2 Objetivos específicos.

1. Identificar el perfil de las mujeres emprendedoras del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), mediante un diagnóstico que permite identificar el modelo de negocio, ubicación, condiciones socioeconómicas en el que se encuentran actualmente las beneficiadas.
2. Realizar una evaluación previa a la capacitación, mediante encuesta en línea sobre la Cadena de Valor, con el fin de identificar el conocimiento inicial de

las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU).

3. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor (infraestructura, recursos humanos, tecnología, compras, logística de entrada, producción, logística de salida, marketing y ventas, servicio post ventas), en los procesos productivos de las empresas, mediante materiales didácticos que complementen los conocimientos necesarios para la aplicación y desarrollo de capacidades empresariales en sus negocios.
4. Ejecutar los programas de capacitación, mediante las asesorías virtuales semanales, orientados a ofrecer los elementos necesarios a las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), que les permita desarrollar habilidades empresariales, entre estas: comunicación, liderazgo, negociación y toma de decisiones, para su desarrollo personal y profesional.
5. Evaluar el aprendizaje obtenido, posterior al desarrollo de los módulos temáticos de la capacitación de las participantes en las sesiones, aplicando una encuesta en línea sobre la Cadena de Valor, con la finalidad de validar los nuevos conocimientos adquiridos.

Capítulo II

2.1 Marco Teórico

En el presente apartado aparecen los conceptos que fundamentan la teoría del proyecto y de las investigaciones realizadas; se consideran trascendentales porque permiten conocer con mayor claridad las variables por investigar, mediante conceptos y referencias de otros autores que han hecho referencia a la temática objeto de análisis.

2.1.1 Gestión empresarial.

La gestión empresarial abarca diferentes herramientas, habilidades y estrategias vitales en cada organización. Este conjunto de elementos permite lograr una gestión integral y organizada. Según expertos en la materia, se considera clave para poder alcanzar los objetivos requeridos en el mercado y en los diferentes sectores empresariales.

Desde la perspectiva técnica, la empresa se define como la unidad básica de la economía actual, en la que el trabajo y el aparato administrativo logran una producción que satisface las necesidades de una demanda determinada por el contexto geográfico, social y/o cultural específico. (Prieto, 2017, p.3)

De acuerdo con el comentario anterior, se interpreta que una buena gestión empresarial a lo interno y externo garantiza a la empresa que todo marche con mayor eficiencia; así los objetivos y metas se podrán alcanzar de manera eficaz; sobre todo, porque neutraliza todos aquellos problemas que podrían afrontarse dentro de la organización

2.1.2 Plan de negocios.

Elaborar un plan de negocios ajustado a una determinada empresa, es un requisito ineludible para su creación. Por tanto, seguidamente, se hará referencia al concepto de este vocablo:

El plan de negocios es un documento que permite al emprendedor analizar la situación actual del mercado, sector y entorno. Facilita la recopilación de datos y permite al emprendedor presentar su negocio a inversores, aceleradoras, etc.; asimismo, orienta la explicación de cómo arrancar y cuáles serían los siguientes pasos. Es decir, se trata de un documento vivo cuyo requisito es la actualización permanente. (Milián, 2021)

Un plan de negocio garantiza a la empresa una dirección más clara en sus objetivos y metas que tiene en el mercado; posterior a esto, también se podrá conseguir inversiones para poner en marcha la empresa; especialmente, porque dicho plan ayuda a que los inversores tengan un mejor conocimiento de la empresa a la hora de aportar el capital.

También es importante mencionar que disponer de un plan de negocio ayuda a minimizar las posibles pérdidas ocasionadas por el poco conocimiento que se tenga de la empresa; así se lograría una mayor optimización en su funcionamiento.

2.1.2.1 Componentes del Plan de Negocio.

2.1.2.1.1 Resumen Ejecutivo.

El resumen ejecutivo es importante para dar a conocer la empresa a la hora de buscar diferentes alternativas en el mercado, por lo cual es preciso ser cuidadoso cuando se habla de ella, de manera que refleje una mejor impresión.

Como su propio nombre lo indica, en el resumen ejecutivo se destacan todas las fortalezas y oportunidades que inducen al negocio hacia éxito. Así, como las acciones por ejecutar para enfrentar las adversidades. (Iberanfico,2019)

Según el criterio anterior de Iberanfico, se trata de un resumen de la empresa donde se exponen las ventajas de la entidad; en otras palabras, conlleva a nuevos clientes o posibles

inversores a conocer un poco más acerca de la empresa; así, ellos evaluarán si desean participar juntos en el mercado.

2.1.2.1.2 Análisis Interno.

El análisis interno o descripción del negocio como también se le conoce, son las diferentes áreas que integran la empresa: como el capital, el personal de la empresa, patentes, permisos y entre otros, donde se detalla rigurosamente todo lo conformado por la empresa. “En el análisis interno se debe analizar los recursos internos con los que cuenta de partida y que ayudarán a sacar adelante la idea. Estos pueden ser de diferentes tipos: materiales, inmateriales y capital humano” (Iberanfico, 2019).

Este componente permite conocer las diferentes áreas que conforman la empresa y favorece que el plan de negocio resulte más atractivo, también es importante para la propia empresa conocer las distintas mejoras obtenidas cada año: así, se logra comparar su crecimiento.

2.1.2.1.3 Estudio de Mercado.

El estudio de mercado es muy importante para cualquier negocio, desde el más pequeño hasta el más grande. Este método permite conocer el nicho de mercado al que va dirigido el producto o servicios ofrecidos; en caso de no realizarse dicho estudio, como consecuencia se corre el riesgo de un posible cierre o poco crecimiento de la empresa

Al respecto, según Iberanfico (2019), en la estructura de un plan de negocio no puede faltar un estudio de mercado; sobre todo, porque permite comprobar que la idea central del negocio tiene un hueco en el mercado. Desde esta óptica, es preciso analizar los siguientes puntos: competencia, cliente objetivo, asociaciones claves, administración pública. (Iberanfico, 2019).

Acorde con lo anterior, el estudio de mercado permite conocer si el plan de negocio es viable o no, en caso de respuesta negativa, no tendría ninguna posibilidad de sobrevivir en el mercado actual y por otro lado, si el negocio es viable, posiblemente se llegue a tener éxitos en el mercado si se cumple con las recomendaciones técnico metodológicas.

2.1.3 Plan gestión de riesgos.

En este apartado se presenta el concepto de gestión de riesgo, aspecto determinante para conocer ampliamente a qué hace referencia dicho vocablo.

Se determina que el objetivo de la gestión de riesgos consiste en identificar, analizar, responder, monitorizar y planificar el riesgo. Por lo tanto, la planificación de la gestión de riesgos se define como un proceso que pretende localizar los riesgos a los que se enfrentará o podría enfrentarse un proyecto durante su desarrollo, y dirimir la forma de actuar frente a ellos para controlarlos y superarlos. (OBS, 2021)

Desde esta perspectiva, el plan gestión de riesgo permite minimizar las posibles problemáticas que podrían generarse en un futuro; por tanto, es necesario realizar el estudio para conocer las posibles circunstancias que faciliten el planeamiento de estrategias y objetivos para afrontarlos adecuadamente y evitar riesgos a la empresa.

2.1.3.1 Componentes del plan gestión de riesgos.

2.1.3.1.1 Objetivo.

Los objetivos son los componentes más importantes de un proyecto. Marcan el camino o rumbo que seguirá la empresa, de acuerdo con las necesidades personales o empresariales. Se caracterizan porque determinan si se trata de lograrlos a corto, mediano o largo tiempo.

En este sentido, se recomienda que los objetivos de un proyecto marquen el nivel de logro esperado al concluir el plan. Incluyen las entregas y los activos, u objetivos más intangibles como aumentar la productividad o la motivación. Deben formularse de manera que resulten alcanzables, de duración limitada y específicos, factibles de medir al finalizar el proyecto. (Martins, 2020)

De acuerdo con el criterio anterior, los objetivos deben ser medibles y reales; es decir, no se pueden formular sin rumbo o inalcanzables. También es importante mencionar que hay cientos de objetivos diferentes por utilizar o bien, crearlos cuando se considere pertinente.

2.1.3.1.2 Estrategia

Estrechamente relacionadas con los objetivos, las estrategias son indicadores de lo que debe realizarse para el éxito en la gestión empresarial. “La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos” (Westreicher, 2020).

Las estrategias ayudan a minimizar problemáticas a futuro. Se aplican en la ejecución de planes de ventas, marketing o bien, la que más se ajuste a la empresa o emprendedora.

2.1.3.1.3 Actividades de Contingencia

En este apartado aparece la conceptualización del vocablo contingencia en los siguientes términos: “La contingencia es un evento que podría acontecer en el futuro, con posibles consecuencias positivas o negativas para la empresa” (Westreicher, 2020).

Según la definición anterior, la actividad de contingencia se refiere a eventos por aplicar a futuro, con miras a obtener situaciones positivas o bien circunstancias negativas para una persona u organización.

2.1.3.1.4 Tiempo

El tiempo siempre es la principal ventaja o desventajas para muchas personas o empresas, debido que se debe tener un excelente orden para poder sobrellevarlo, con el fin de evitar ser limitaciones u obstáculos en algún momento.

“El tiempo es la duración de un periodo, donde los objetos o las personas están sujetas a cambios. Suele determinar una época, una hora, un día o una semana, donde pueden pasar diferentes cosas. La palabra tiempo deriva del latín tempus.(Cao,2019)

De acuerdo con la definición anterior, el tiempo es un concepto que connota diversas posibilidades, puede ser centésimas de segundo, segundos, minutos, horas, días, semanas, meses, años y épocas, siempre hay que tomar en cuenta que para realizar diferentes actividades, es indispensable ajustarse al tiempo disponible ejecutar la acción.

2.1.3.1.5 Recursos

Los Recursos se clasifican de acuerdo con por diferentes áreas que integran la empresa, tales como el recurso humano requerido, recursos económicos o tecnológico; También se incluye la materia prima que necesite, por ejemplo un panadero para generar sus productos.

La palabra recursos, connota diferentes significados; alude directamente a la maquinaria de la empresa, otros podrían visualizar a los trabajadores; y algunos irán a la cuenta corriente de la organización. Tales percepciones son correctas, ya que dicho vocablo, semánticamente engloba diversos aspectos. (P&A Group, 2020)

En síntesis, la palabra recursos remite a diferentes connotaciones; es decir, es un componente de diversas áreas de acuerdo con la necesidad personal o empresarial.

2.1.3.1.6 Ejecución del plan

Este segmento se concentra en el análisis del significado de “Ejecución del plan”, el cual se define en los siguientes términos: “La ejecución de un proyecto hace referencia a la realización de todas aquellas tareas previstas en la planificación. A su vez, como su nombre lo indica, permite alcanzar el logro de los objetivos propuestos”. (Rus,2022). Se identifica porque conlleva poner en marcha aquellas actividades, objetivos o estrategias requeridas por la empresa para su desarrollo, en un tiempo estimado.

2.1.3.1.7 Medición

El término medición en una empresa, facilita el conocimiento de datos o resultados que genera la gestión empresarial. Seguidamente se especifica para qué sirve y cómo utilizarla.

“La medición de trabajo se refiere a una variedad de técnicas que permiten determinar el tiempo que invierte un empleado en realizar las labores asignadas” (Euroinnova, 2022).

Este factor permite que la empresa o empresario pueda medir los diferentes departamentos, los objetivos, metas, y estrategias utilizadas para alcanzar el éxito. En caso de que todo marche de excelente forma, el encargado no debería realizar ningún cambio, pero si ocurre lo contrario; es decir, si observa una medición negativa la persona responsable, actuará de inmediato, para cumplir las actividades asignadas.

2.1.4 Planeación.

A continuación, se hace énfasis en el término identificado como planeación, o planificación. “Es el primer paso que debe realizarse en el proceso administrativo. Consiste en definir las estrategias que ayuden a alcanzar los objetivos previamente establecidos” (Quiroa, 2021)

En concordancia con lo anterior, es indispensable que cada organización cuente con planes, tanto operativos como de gestión de riesgos. Estos elementos permiten a las organizaciones enfrentar los desafíos del factor interno o externo que se puedan aplicar, con el propósito de alcanzar la determinación de los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible.

2.1.5 Planeación estratégica.

La planificación estratégica es una guía que ayuda a las empresas a encaminar sus esfuerzos hacia el éxito; asimismo, permite visualizar objetivos concretos a corto, mediano y largo plazo, irlos conquistando, y finalmente, obtener un resultado general. (Jaime, 2018)

La planeación estratégica es una de las partes más importantes durante el desarrollo del plan de negocios. Implica muchos factores determinantes que permitirán a la empresa determinar metas, objetivos y planes que deben desarrollarse para alcanzar el éxito en el mercado.

2.1.6 Producto.

En el mundo de la economía y los negocios, el producto se refiere al bien o servicio obtenido al final de la cadena productiva, o sea, a partir de la transformación de materias primas en bienes elaborados o en servicios que se brindan. (Etecé, 2020)

De acuerdo con la anterior, se considera que los productos ofrecidos en el mercado deben cumplir las exigencias de calidad demandada por los clientes; de ahí, la importancia de controlar los productos, desde el inicio de la producción, hasta el resultado final; y de igual forma, la presentación final de los productos.

2.1.7 Servicio.

Los servicios, desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Se definen como un bien, no material o intangible, debido a que el servicio solo es presentado sin que el consumidor lo posea. (Etecé, 2020)

Por otra parte, un servicio implica la participación del cliente, y no es posible poseer físicamente; puede ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

2.1.8. Calidad.

La calidad es un concepto inherente a la misma esencia del ser humano. Desde los mismos orígenes del hombre, este ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa. (Euroinnova, 2021)

En otras palabras, se entiende como el proceso o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer necesidades establecidas o implícitas; es decir, se trata de crear un producto de acuerdo con su diseño.

2.1.8 Empresa.

“Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas” (Sumup, 2021).

La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y financieras.

2.1.9 Emprendedor.

Los emprendedores son quienes han sabido observar bien su entorno para encontrar oportunidades y soluciones innovadoras a problemas que otros no ven o no han sabido abordar. Es emprendedor quien, a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios, un proyecto en el que cree apasionadamente busca la manera de materializarlo y asume los riesgos y consecuencias que esto significa. (BBVA, 2020)

En Costa Rica, el incremento de personas dedicadas a emprender evidencia un mayor crecimiento. Probablemente, a raíz de la afectación de desempleo provocado por la crisis económica generada por la actual pandemia en el ámbito nacional y mundial. De ahí, la importancia de proporcionar herramientas de capacitación a estos emprendedores que les permita alcanzar su desarrollo económico y el crecimiento comercial.

2.1.10 Programa de capacitaciones.

En el mundo laboral y empresarial, la capacitación es el conjunto de actividades didácticas o de enseñanza y mejoramiento de las capacidades de trabajo que se ofrecen a los trabajadores de una organización o empresa. Tienen como objetivo expandir sus conocimientos, habilidades o aptitudes. (Etecé, 2020)

Actualmente, en el país existen muchas organizaciones, especialmente, gubernamentales, enfocadas en dotar de herramientas, conocimiento e información necesaria que contribuyan con el crecimiento de los negocios; principalmente, de las pequeñas empresas. Estas entidades crean programas e iniciativas que desarrollan durante un periodo, dedicado a fortalecer y beneficiar a los participantes interesados en obtener mayor capacitación.

2.1.11 Diagnóstico de habilidades.

El diagnóstico es la etapa inicial de todo proyecto, permite identificar los conocimientos, necesidades y debilidades del grupo; de esa manera indagar cuáles serían los ajustes, o cambios requeridos; sobre todo, en las situaciones donde no funciona de manera eficiente a la hora de exponer los contenidos planteados. Los “Diagnósticos integrales son conocidos principalmente por la gran cantidad de variables empresariales a las que se pueden aplicar”. (Muñiz, 2017, p.11).

Para el desarrollo de las capacitaciones brindadas a las emprendedoras seleccionadas se aplicó un diagnóstico con el fin de identificar su nivel de conocimientos en temas empresariales, especialmente en aquellos relacionados con la cadena de valor y sus componentes, con el propósito de impartir las asesorías de una manera general y adecuar la temática y metodología requerida para un mejor aprovechamiento de las capacitaciones.

2.1.12 Habilidades empresariales.

Una habilidad es “La capacidad del individuo, adquirida por el aprendizaje, para producir resultados previstos con el máximo de certeza, con el mínimo de dispendio de tiempo y economía, y con el máximo de seguridad” (Madriral, 2017, p. 2).

Al respecto, cabe destacar que en un mercado tan competitivo es necesario poder contar con habilidades a nivel empresarial. Por tanto, los diferentes programas de capacitación brindados por las entidades como el Instituto Nacional de las Mujeres, Instituto Mixto de Ayuda Social, Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Instituto Nacional de Aprendizaje, entre otros, pretenden desarrollar las habilidades requeridas por los emprendedores o empresarios fundamentales para que logren desarrollar una gestión empresarial que les permita desenvolverse y crecer; en otras palabras, estar preparado para hacer frente a demandas del entorno externo e interno de una organización.

2.1.12.1 El liderazgo.

El liderazgo es una de las habilidades empresariales más importantes que se requieren para gestionar un negocio; implica saber dirigir y gerenciar conocimiento.

De acuerdo con Madrigal (2017):

“El liderazgo es la habilidad de influir en la gente para que se empeñe de buena gana por los objetivos del grupo”. (p.28) Según este concepto, el líder tiene el don de influenciar a otros, con miras a lograr positivamente lo deseado.

Desde esta perspectiva, el programa de capacitación brindado a las emprendedoras se impartió con este propósito; tomó en cuenta la importancia de las habilidades requeridas para poder dirigir sus negocios y desarrollar sus planes de gestión de riesgos concretos ante la actual crisis económica.

De acuerdo con la temática desarrollada en las capacitaciones, se analizó la cadena de valor y todos los componentes que esta implica tales como: (infraestructura, recursos humanos, tecnología, compras, logística de entrada, producción, logística de salida, marketing y ventas, servicio post ventas), en los procesos productivos de las empresas.

2.1.13 La cadena de valor.

Una cadena de valor es un modelo de negocios que describe el rango completo de actividades necesarias para crear un producto o servicio. Para las empresas que producen bienes, esta cadena comprende los pasos que llevan un producto desde la etapa de concepción hasta la de distribución. (Certus, 2020)

Según lo menciona Certus, la cadena de valor constituye una clave para que toda organización adquiera pleno y claro conocimiento de cada una de las actividades productivas desarrolladas en su negocio, con la finalidad de mantener o incrementar el valor agregado a

los clientes y gestionar actividades innovadoras dirigidas a lograr mejoras continuas en sus procesos y el producto final.

La cadena de valor establece aspectos relacionados con el panorama competitivo, en los que delimita conseguir los objetivos identificados como prioritarios, también visualiza los productos que de alguna manera en su proceso se ven afectados; asimismo, determinar qué tipo de compradores influyen en ese proceso.

Durante los procesos hasta el producto final, la cadena de valor divide estos acontecimientos en dos tipos de actividades: las primarias enfocan su interés en la elaboración del producto, así como el proceso final de compra; por otra parte, las actividades de apoyo involucran la participación del personal, la infraestructura y demás aspectos que soportan la actividad primaria.

2.1.13.1 Cadena de valor de Michel Porter.

La Cadena de Valor de Porter se refiere a una herramienta de gestión que permite analizar las actividades que aportan valor a una empresa, distribuyéndolas en actividades principales o primarias: por un lado, están las dedicadas al desarrollo del producto o servicio que genera valor a la empresa; las secundarias o de soporte son aquellas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa. (Dynamic, 2020)

Básicamente su objetivo es analizar las actividades que aporten un valor importante a al negocio. Toda empresa debe disponer de una logística interna en la que se incluyen todas las gestiones de la materia prima. En este caso, las mujeres emprendedoras deben llevar un control o inventario en este sentido, la necesaria para abastecer la producción final.

Al formar parte de un proceso, el producto requiere almacenamiento y distribución para finalizar con el marketing o promoción y llegar a su venta final.



Figura3. Diagrama de la Cadena de Valor de Michael Porter con sus actividades principales.

Adaptación: Dynamic, 2016.

2.1.13.2 Cadena de valor McKinsey

El sistema de valor (o cadena de valor) de Mc Kinsey (Mc Kinsey Business System), es un sistema que da una visión tanto interna de la empresa como global del sector. Para ello subdivide las diferentes actividades empresariales y las correspondientes al sector, y lo representan mediante una cadena de eslabones. Para cada sector existen determinadas actividades relevantes que lo definen. (Gehisy,2020)

Se enfoca en la parte interna de la empresa, pero también da una visión global del sector en que las mujeres emprendedoras promocionan sus productos. La Cadena McKinsey lleva consigo una serie de actividades que implican desde la elección del producto, su proceso, hasta la garantía y rapidez con la que se brinda el servicio o finaliza el proceso de producción.

Dentro de las actividades establecidas en el programa de capacitación, las mujeres empresarias logran definir factores que evidencian su ventaja competitiva, destacar los aspectos que diferencien el producto y que lo conducen a una posición de ventaja sobre costos.



Figura 4. Diagrama de la Cadena de Valor McKinsey con sus actividades principales.

Adaptación: Gehisy,2016

2.1.2.1 Cadena de valor de servicio

El sistema de valor del servicio de ITIL incluye todo lo necesario para crear valor en forma de servicios. Alienta a los proveedores de servicios a pensar en cómo pueden trabajar juntos todos los diferentes componentes necesarios para brindar servicios y ayudar a co-crear valor con los consumidores de servicios. (González, 2020)

Esta cadena posee una serie de actividades que tienen como objetivo interconectarse para realizar la entrega final del producto, brindar un servicio que logre la expectativa del consumidor; es decir, que resulte valioso; de esa manera, aumentar la demanda y abrir nuevas oportunidades de comercialización.

Entre las actividades más importantes, se destacan: la planificación inicial de cómo elaborar el producto, involucrar al personal responsable del proceso, diseño y transición del producto final, obtener o crear, entregar al consumidor final, brindar soporte y mejora continua.



Figura 5. Diagrama de la Cadena de servicio con sus principales actividades. Adaptación: Jsoluciones, 2020

2.1.15 Infraestructura.

“La infraestructura tiene varias definiciones. La más común y de uso corriente es la que se refiere al conjunto de obras, estructuras y otros bienes de capital con los que cuenta una Economía” (Roldan, 2018).

2.1.16 Recursos humanos.

Los Recursos Humanos (RRHH) son las agrupaciones de individuos incorporados en una organización, ya sea con o sin fines de lucro. En su uso más frecuente, la infraestructura comprende el conjunto de obras públicas, instalaciones, instituciones, sistemas y redes que sostienen el funcionamiento de ciudades, países y otras formas de organización social. En fines de lucro, permite buscar, seleccionar, contratar y capacitar a los potenciales empleados; además de controlar el buen desarrollo de las actividades. Por tal razón, es considerado un departamento de vital importancia dentro de la empresa;

además, ayuda a lograr los objetivos estratégicos y aumenta la eficacia. (Mazanas L, 2021)

De acuerdo con lo anterior, se dice que los recursos humanos integran el departamento de las empresas donde se realizan funciones vinculadas con los colaboradores que trabajen en ella. Entre sus funciones, requiere encontrar la selección, contratación, reclutamiento, contratos y despidos. Es decir, Los recursos humanos son indispensables en las empresas, por ser un punto estratégico para que las organizaciones que necesitan expandirse logren reclutar a los mejores colaboradores para cada puesto.

2.1.17 Tecnología.

La tecnología es una herramienta importante para recopilar información pertinente. En la investigación estas herramientas permiten establecer comparaciones de sumo interés para la empresa; además, facilita la toma de decisiones.

La tecnología adquiere mayor relevancia en la conformación de la cadena de valor, ya que transforma los procedimientos para ejecutar las actividades y la naturaleza de los enlaces entre ellas. De igual manera, también afecta directamente el alcance de las empresas al permitir acceder a mayor cantidad de clientes en diferentes perfiles y sectores de valor. (Rodríguez, 2021)

2.1.18 Compras.

Una compra es una operación en la que se produce un intercambio, contrapuesto a la venta, en la cual el comprador adquiere un bien o servicio deseado, a cambio de una contraprestación que podría ser mediante dinero o la entrega de otro bien o servicio, es decir, mediante el pago en especie. Léase la siguiente definición:

“La compra es la acción mediante la cual un agente (el comprador), adquiere un bien o un servicio de otro agente (el vendedor), a cambio de una contraprestación monetaria o en especie” (Coll, 2020).

2.1.19 Logística de entrada.

La logística de entrada es entendida como el método utilizado en las diferentes empresas para controlar la entrada de los productos y servicios ofrecidos. Permite que la organización cuente con el debido procedimiento; y por ende, asegure el bienestar de la entidad.

“La logística de entrada o logística de abastecimiento se encarga de las actividades relacionadas con el abastecimiento de materias primas con la finalidad de asegurar su disponibilidad durante el proceso de producción” (Orozco, 2020).

De acuerdo con la definición anterior, se interpreta que la logística forma parte de la dinámica propia de la organización.

2.1.20 Producción.

La producción es otra de las etapas más importante del proceso; consiste en la confección de los productos o servicios de la empresa, dicha área en su operatividad requiere la materia prima, personal técnico, el equipo adecuado y entre otros.

“La producción es una actividad dirigida a satisfacer las necesidades humanas, a través del procesamiento de las materias primas, hasta generar productos o mercancías, que serán intercambiadas dentro del mercado” (Quiroa, 2020).

2.1.21 Logística de salida.

La logística de salida se refiere al método utilizado en las diferentes empresas para llevar un control sobre la salida de los productos y servicios ofrecidos. Permite a la organización implementar el debido procedimiento que le asegure el bienestar de la entidad.

“Básicamente, la logística de distribución realizar el proceso necesario que hace posible que el producto final llegue a su destino. El destino puede ser otra empresa, una tienda o el consumidor final” (López, 2019).

2.1.22 Marketing.

El marketing o mercadotecnia permite conocer las preferencias del consumidor a la hora de comprar algún producto; o bien, sacar un nuevo producto al mercado. “Es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes” (Zamarreño, 2020). La mercadotecnia en cualquier proyecto permite conocer diferentes factores geográficos a la hora de vender o acaparar un nuevo mercado.

2.1.23 Servicio post ventas.

Un servicio post venta es beneficioso para el negocio, porque permite la fidelización de los clientes y posterior a esto, motiva a elegir una buena imagen para la compañía que también permitirá atraer nuevos clientes; en consecuencia, habrá mayor demanda de los productos ofertados por la empresa.

El servicio post venta sirve para mantener al día y en perfecto estado de uso dicho producto o actualizado el servicio correspondiente. Esta actividad asegura el mantenimiento de unas relaciones fluidas, pero, además, puede ser una fuente adicional de ingresos que no se debe desdeñar. (Casillas y Martí, 2011)

Un excelente servicio post venta permitirá que la empresa obtenga una mejor reputación en el mercado y a su vez, incrementar las ventas e ingresos de la empresa.

Capítulo III

3.1 Estrategia metodológica

En el presente capítulo se exponen las estrategias técnico - metodológicas utilizadas para lograr los objetivos relacionados con las asesorías brindadas mediante el programa de capacitación dirigido a las beneficiadas. A continuación, se definen algunos conceptos vinculados con dicha temática: paradigma, enfoque de investigación, tipo de investigación.

3.1.1 Paradigma asumido en el estudio.

En un trabajo de investigación, el paradigma permite definir la forma de estudio que seguirá el investigador; asimismo, identifica los conceptos y la estructura del trabajo final; igualmente, indica los pasos por seguir ya que funciona como una guía.

Un paradigma, es el conjunto de ideas, creencias, argumentos que construyen una forma para explicar la realidad. ... Cuando se realizan estudios, quienes investigan deben situarse en una forma de explicar la realidad específica, lo que implica definir un paradigma de investigación. (Pineiro, 2021)

Por lo anterior, es importante interpretar eficientemente, el estudio en cuestión y las técnicas utilizadas para recopilar los datos y el procesamiento de los mismos. Por tanto, el paradigma utilizado durante el desarrollo del plan de gestión aplicado a los sujetos de estudio cumplió con este requisito.

3.1.2 Descripción del paradigma.

3.1.2.1 Paradigma Naturalista.

En este segmento se explica la conceptualización del paradigma naturalista, conocido también como positivista. Desde esta óptica, los datos recopilados se interpretaron de acuerdo con la siguiente definición de Herrera: “El paradigma positivista también llamado (cuantitativo, empírico-analítico, racionalista) busca explicar, predecir, controlar los

fenómenos, verificar teorías y leyes para regular los fenómenos; identificar causas reales, temporalmente precedentes o simultáneas” (Herrera, 2018).

En concordancia con los criterios técnicos anteriores, el paradigma utilizado durante el desarrollo del programa en cuestión fue el naturalista, método que permitió evaluar previamente los conocimientos de las participantes citadas, las emprendedoras del sector agro quienes proporcionaron los conocimientos relacionados con temas empresariales y específicamente, la cadena de valor y sus respectivos componentes

3.1.3 Justificación del paradigma.

Se utilizó el paradigma positivista tomando en cuenta que el estudio realizado es de carácter cuantitativo, sobre todo, porque se concentró en un tema específico que interesaba estudiar y entenderlo claramente. Como se indicó, la técnica utilizada es de carácter cualitativa porque permitió identificar el nivel de conocimiento y competencias humanas que poseían las mujeres participantes en las asesorías de capacitación.

3.1.4 Enfoque, tipo de investigación y diseño.

A continuación, se analizan las características del enfoque cuantitativo mediante el cual se realizó el estudio.

En términos de finanzas, el Análisis Cuantitativo es el empleo de métodos matemáticos y estadísticos para evaluar una inversión. De esta manera, logra predecir o explicar diferentes variables económicas. El Análisis Cuantitativo con frecuencia emplea herramientas derivadas de la física y la estadística para llevar a cabo su cometido. (UAH, 2018)

Según lo comentado por la Universidad de Alcalá de Henares (UAH), el enfoque cuantitativo se encarga de evaluar y explicar con ayudas estadísticas matemáticas la interrogante del tema por estudiar.

3.1.5 Enfoque de investigación.

En la actualidad existen tres tipos de enfoques investigativos: cuantitativo, cualitativo y el enfoque mixto, los cuales permiten la recolección, análisis e interpretación de los resultados correspondientes.

3.1.5.1 Enfoque Cuantitativo.

El primer enfoque de investigación que permitió conocer el tipo de metodología y escoger la opción adecuada para implementarlo en este proyecto, se define en los siguientes términos: “Metodológicamente, el enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos” (Mata, 2019). Este paradigma ayuda a obtener datos medibles que permiten cuantificar, y a su vez, compararlos para poder entender lo que está aconteciendo y así, generar propuestas orientadas solucionar eventuales problemas.

3.1.5.2 Enfoque Cualitativo.

En este segmento, se hace énfasis en el segundo enfoque aplicado en el presente estudio. Se define de la siguiente manera: “La investigación cualitativa asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos. El enfoque cualitativo de investigación privilegia el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades estudiadas” (Mata, 2019). Este enfoque permite interpretar datos que en la mayoría de los casos son de carácter subjetivo. Encasilla datos que pueden variar, según las diferentes perspectivas; además, pueden ser utilizados para desarrollar métodos orientados a la solución de desafíos.

3.1.5.3 Enfoque Mixto:

La tercera y última opción utilizada en el presente estudio, se caracteriza por integrar el método cualitativo y cuantitativo, de ahí su nombre de enfoque mixto, definido en la siguiente manera: “La investigación mixta es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa” (Questiónpro, 2021). Nos solo permite utilizar números, sino cualidades que pueden ser clave para formular herramientas que resuelvan los desafíos de manera más completa ya que se tienen datos numéricos, pero también subjetivos que aportan características no cuantificables que también deben ser tomados en cuenta.

Se eligió los paradigmas descritos, tomando en cuenta que el presente estudio recopila datos estadísticos y análisis de información, importantes para verificar el conocimiento inicial, antes de la asesoría; asimismo, conocer el resultado final de las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU).

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se concluye que el enfoque de la investigación realizada es cuantitativo, debido a que se realizaron dos diagnósticos. El primero se aplicó con el propósito de identificar los conocimientos previos a las capacitaciones dirigidas a las emprendedoras en temas relacionados con la cadena de valor y gestión de riego; posteriormente, se valoró el conocimiento final de las participantes, considerando los resultados obtenidos, posterior a la capacitación implementada y realizada.

3.1.6 Tipo de investigación.

El tipo de investigación se estructuró en tres elementos diferentes que fueron aplicados en el estudio: exploratoria, descriptiva y explicativa, utilizadas regularmente en las investigaciones.

Para el respectivo estudio se requería conocer el tipo de investigación más ajustado a las necesidades demandadas por las emprendedoras. El objetivo era indagar el nivel de conocimiento poseído por las mujeres seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer, sobre la cadena de valor en temas empresariales, con el fin de aplicar los contenidos de tal forma que resultaran comprensibles y adecuados para cada participante y aplicados en forma colectiva.

3.1.6.1 Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria permitió interpretar la mejor opción para ejecutar el proyecto. Se define de la siguiente manera: “La investigación exploratoria es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes” (Questonpro,2022). Como se aprecia, este tipo de estudio implica la exploración de diferentes elementos para formar un concepto que permita conocer mejor la problemática.

3.1.6.2 Investigación descriptiva

A continuación, se hace referencia al segundo término que permitió interpretar la mejor opción para realizar el proyecto. Se define de la siguiente manera: “La investigación descriptiva busca describir el estado actual de una variable identificada. Por ello, los proyectos están diseñados para proporcionar información sistemática sobre un fenómeno determinado” (Questonpro,2022). Este tipo de estudio busca establecer una relación de la variable con la actualidad y así desarrollar métodos de mejora con base en las condiciones que afectan esa variable.

3.1.6.3 Investigación explicativa

A continuación, se describe el tercer paradigma que permitió interpretar la mejor opción para ejecutar este proyecto.

La investigación explicativa se utiliza con miras a investigar puntualmente, un fenómeno que no se había estudiado antes, o que no había sido explicado correctamente con anterioridad. Su intención es proporcionar detalles donde existe una pequeña cantidad de información. (Questonpro,2022)

Por lo tanto, el presente estudio se considera de tipo descriptivo, debido que se realiza un primer diagnóstico con la finalidad de determinar los conocimientos de las empresarias, en temas relacionados con la cadena de valor y la gestión de riesgos. Posteriormente fueron evaluados los conocimientos adquiridos como resultado de la capacitación correspondiente, mediante instrumentos de recolección de datos; entre estos, un cuestionario para verificar el conocimiento de las mujeres emprendedoras y final, se aplicó otro diagnóstico con el fin de determinar el conocimiento adquirido como resultado de la asesoría brindada.

3.1.7 Muestreo.

A continuación, se hace énfasis en el concepto de muestreo y su importancia en desarrollo de proyectos.

Según Guillermo Westreicher (2021), “El muestreo es el proceso mediante el cual se selecciona un grupo de observaciones que pertenecen a una población. Esto, con el fin de realizar un estudio estadístico.”

De acuerdo con la definición anterior, el presente proyecto utilizó muestreo, debido a que tiene una población de 14 emprendedoras del sector agrícola las cuales fueron elegidas y recomendadas por el Instituto de las Mujeres (INAMU), a quienes se les aplicó el instrumento para efectos de recolectar datos y generar la información.

3.1.8 Hipótesis o pregunta generadora.

La hipótesis de investigación permite buscar respuesta al problema planteado en el estudio, con la finalidad de instruir el desarrollo del proceso.

Según Coelho (2021), “Una hipótesis es la suposición de algo que podría, o no, ser posible. En este sentido, la hipótesis es una idea o un supuesto a partir del cual nos preguntamos el porqué de una cosa, bien sea un fenómeno, un hecho, o un proceso”.

La definición anterior de acuerdo con el criterio del autor, la hipótesis no acepta respuesta inexistente o nula, debido que se fundamenta en una respuesta integral del problema. Tomando en cuenta este planteamiento se planteó la siguiente hipótesis:

Un programa de asesoría virtual con una duración de siete sesiones aporta conocimientos fundamentales para la gestión de las pymes de las mujeres emprendedoras del sector agro, seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer, Región Chorotega, quienes serán capacitadas en torno al potenciamiento de la cadena de valor, con el fin de adquirir nuevos conocimientos y desarrollar habilidades empresariales.

3.1.9 Definición de Variables.

En la siguiente tabla 1, se aprecia la definición de las variables que sustentaron la investigación:

Tabla 1

Definición de variables de objetivo #1.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Perfil de las emprendedoras	Capacidades de las emprendedoras en el ámbito del mercado para explotar las oportunidades de negocios y desarrollar sus proyectos, a pesar de los obstáculos.	Utilización de encuesta virtual para recolección de información.	Cuestionario de habilidades

La identificación del perfil de las mujeres emprendedoras del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), se logró mediante diagnóstico que permitió conocer el modelo de negocio, ubicación, condiciones socio- económicas en el que se encuentran actualmente. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 2

Definición de variables de objetivo #2.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Diagnóstico de conocimiento sobre cadena de valor	de Analizar el conocimiento actual de las emprendedoras sobre la cadena de valor	Utilización de encuesta virtual para recolección de información.	Cuestionario

Para efectos del presente estudio, se realizó un diagnóstico previo a la capacitación, mediante una encuesta en línea relacionada con la Cadena de Valor, dicha estrategia evidenció el conocimiento inicial de las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU). Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 3.

Definición de variable de objetivo #3.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Contenido Temático	Estructura planificada donde se detallan las clases semanales para los grupos de mujeres emprendedoras, con la finalidad de fortalecer las destrezas necesarias para la realización de las actividades por completar.	Realizar y completar de forma virtual las fichas técnicas de observación directa, con la información mostrada en el anexo.	Talleres virtuales por medio de plataforma Zoom, archivos en formato PDF y Word, Power Point

La variable anterior facilitó el desarrollo del contenido temático relacionado con la cadena de valor (infraestructura, recursos humanos, tecnología, compras, logística de entrada, producción, logística de salida, marketing y ventas, servicio post ventas), en los procesos productivos de las empresas, mediante materiales didácticos que complementen los conocimientos necesarios para la aplicación y desarrollo de capacidades empresariales en su negocio. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 4:

Definición de variables de objetivo #4.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Programa de capacitación	Proceso estructurado que proporciona información a las emprendedoras, asimismo, desarrollar habilidades a las mujeres para ejercer el desempeño satisfactorio en determinado trabajo.	Implementar las fichas técnicas confeccionadas para la realizar la capacitación.	Promover las capacitaciones a las emprendedoras, en modalidad virtual, por medio de la plataforma Zoom mediante fichas técnicas confeccionadas.

Ejecutar los programas de capacitación, mediante las asesorías virtuales semanales, para ofrecer los elementos necesarios a las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), para el desarrollo de las siguientes habilidades empresariales: comunicación, liderazgo, negociación y toma de decisiones, para su desarrollo personal y profesional. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 5

Definición de variables de objetivo #5.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
Diagnóstico de valuación post-capacitación	Evaluación que determina las competencias de cada participante para gestionar su negocio.	Utilización de prueba virtual para recopilar información	Aplicación de prueba de habilidades por medio de documento Word donde se especifica: manejo del tiempo, comunicación asertiva, emprender, toma de decisiones, innovación, creatividad, negociación, liderazgo, trabajo en equipo y motivación. Conocimiento sobre la cadena de valor y sus variables
Evaluar el aprendizaje, obtenido sobre los temas vistos en clases de las participantes, en las sesiones, mediante encuesta en línea sobre la Cadena de Valor, para verificar los nuevos conocimientos adquiridos. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).			

3.1.10 Cronograma.

Tabla 6.

Cronograma del Trabajo.

Actividad	Semana										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. Diagnóstico 1. Identificar el perfil de las mujeres emprendedoras del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU)	■										
2. Sesión 1. Identificación de las propuestas metodológicas más adecuadas para desarrollar el contenido.		■									
3. Sesión 2. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.			■								
3. Sesión 3. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.				■							
3. Sesión 4. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.					■						
3. Sesión 5. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.						■					
3. Sesión 6. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.							■				
3. Sesión 7. Desarrollar el contenido temático relacionado con la cadena de valor y gestión de riesgo.								■			
4. Diagnóstico 2. Evaluar el aprendizaje obtenido, posterior a la aplicación de los módulos temáticos de la capacitación, de las participantes en las sesiones									■		
Comparación y evaluación de los resultados obtenidos.										■	

Fuente: Grupo de Investigación (2021).

Capítulo IV

4.1 Análisis de resultados.

En este apartado se analizan e interpretan los datos obtenidos como resultado del desarrollo de los tres objetivos descritos anteriormente, durante las asesorías virtuales. La información obtenida permitió conocer el perfil de las mujeres encuestadas, el diagnóstico previo a la capacitación y el diagnóstico post-capacitación. Como se aclaró antes, los instrumentos para la encuesta fueron aplicados a las participantes durante las asesorías virtuales. Debe recordarse que los sujetos fuentes de información, en este caso específico, fueron mujeres seleccionadas por el INAMU Y las municipalidades de Nicoya y Abangares con el propósito de apoyar a estas empresarias.

4.1.1 Perfil de las encuestadas.

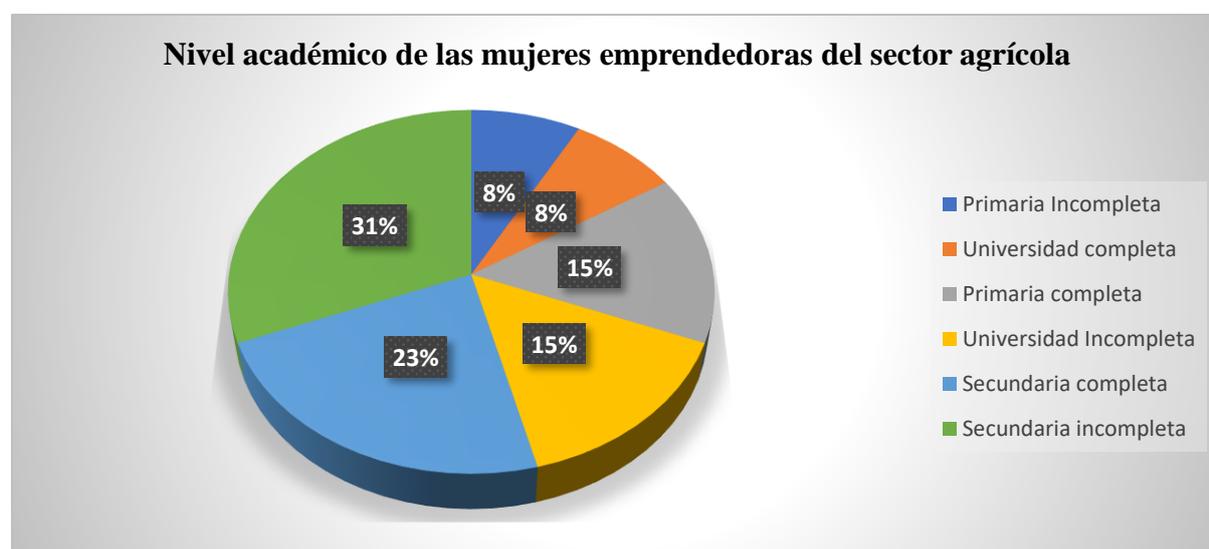


Figura 6. Nivel académico de las mujeres emprendedoras del sector agrícola. De acuerdo con la información obtenida mediante encuesta, se determina que un 8% de ellas tiene primaria incompleta; un 8% posee educación universitaria. Según estos datos, se destaca que los emprendimientos identifican a mujeres con escolaridades media. Además, se observa que el 15% de las participantes cuenta con universidad incompleta; por otra parte, se interpreta que

el 23% de las participantes se identifica con un nivel educativo de secundaria completa. Por último, el 31% se destaca por tener educación secundaria incompleta. Adaptación: Grupo de Investigación (2021). Con respecto a las edades de las participantes, véase la figura 7.

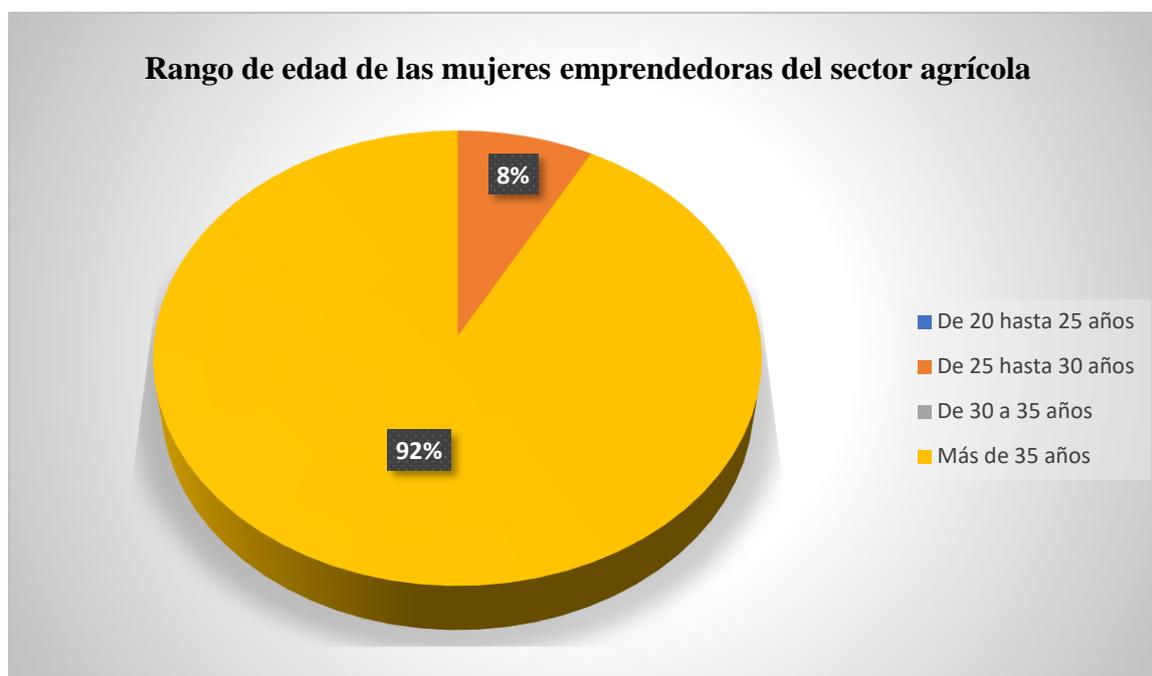


Figura 7. Rango de edad de las mujeres emprendedoras del sector agrícola. De acuerdo con información obtenida mediante encuesta, se aprecia que todas las emprendedoras están por encima de los 25 años, equivalente al 8%. Este dato contribuye a interpretar que, con la madurez, los deseos de emprender aumentan. Es preciso destacar que la mayoría de las emprendedoras tienen más de 30 años lo cual representa un 92%. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Seguidamente, aparece información relacionada con la ocupación de las participantes emprendedoras en el sector agrícola. Véase figura 8.

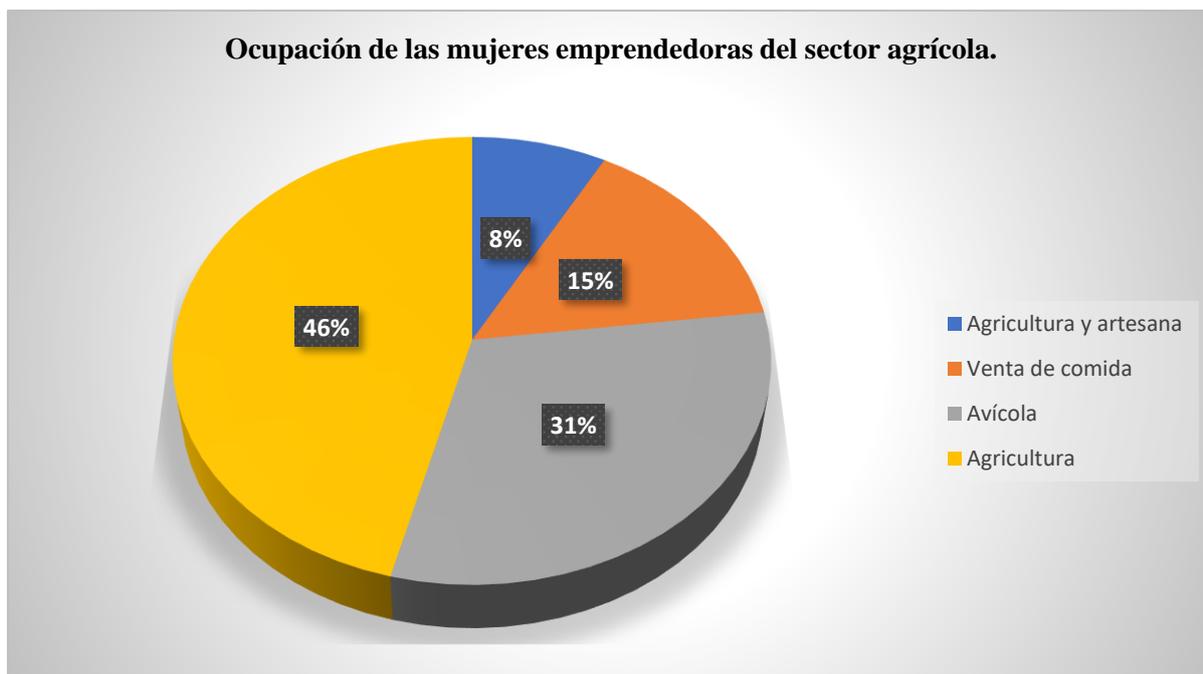


Figura 8. Ocupación de las mujeres emprendedoras del sector agrícola. El gráfico 8 anterior, permite interpretar que los datos más bajos corresponden a la agricultura y artesanías, equivalente a un 8%, también se observa que una buena se dedica a la producción avícola. Otro insumo importante lo representa la venta de comidas para un total de 15%. Finalmente, se aprecia que la mitad de los emprendimientos están basados en la producción agrícola, equivalente a un 46%. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

En la siguiente figura 9, aparece información relacionada con los lugares de residencia de las mujeres participantes en el estudio.

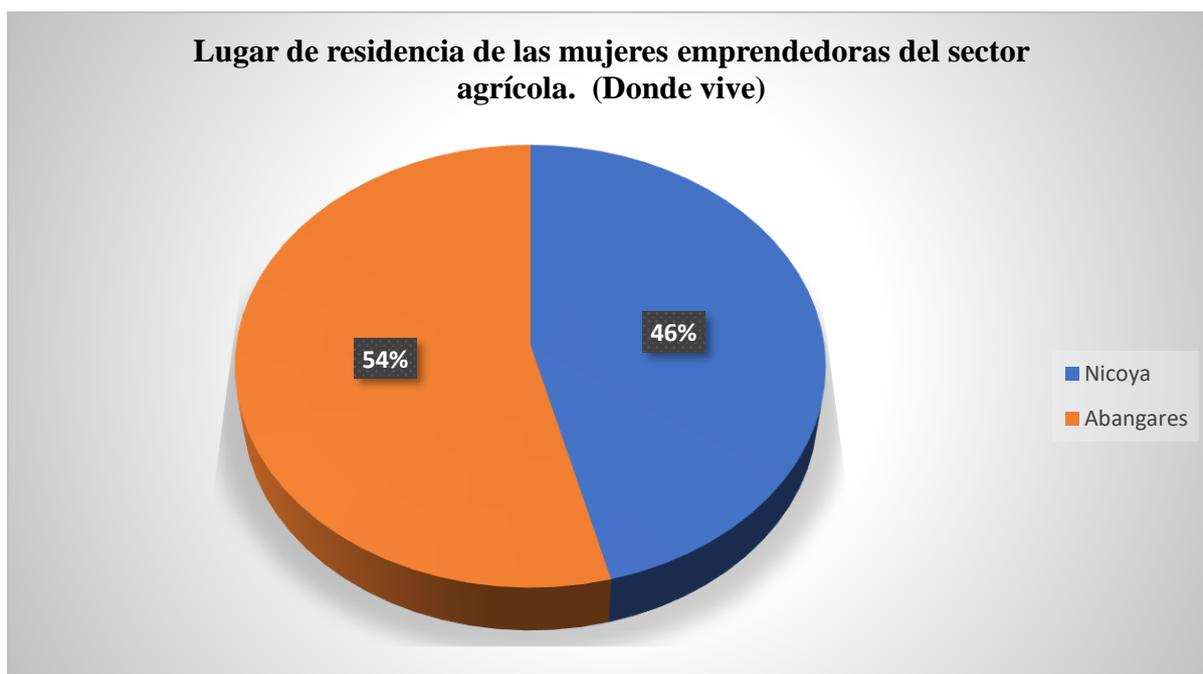


Figura9. Lugar de residencia de las mujeres emprendedoras del sector agrícola (Dónde vive). De acuerdo con los datos recopilados, mediante encuesta aplicada a las participantes, se interpreta que más de la mitad de las participantes corresponde al sector de Abangares, para un total de 54%. Por su parte, el 46% reside en el área de Nicoya. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

El instrumento aplicado a las emprendedoras facilitó información vinculada con el modelo de negocio. Véase la siguiente figura 10.

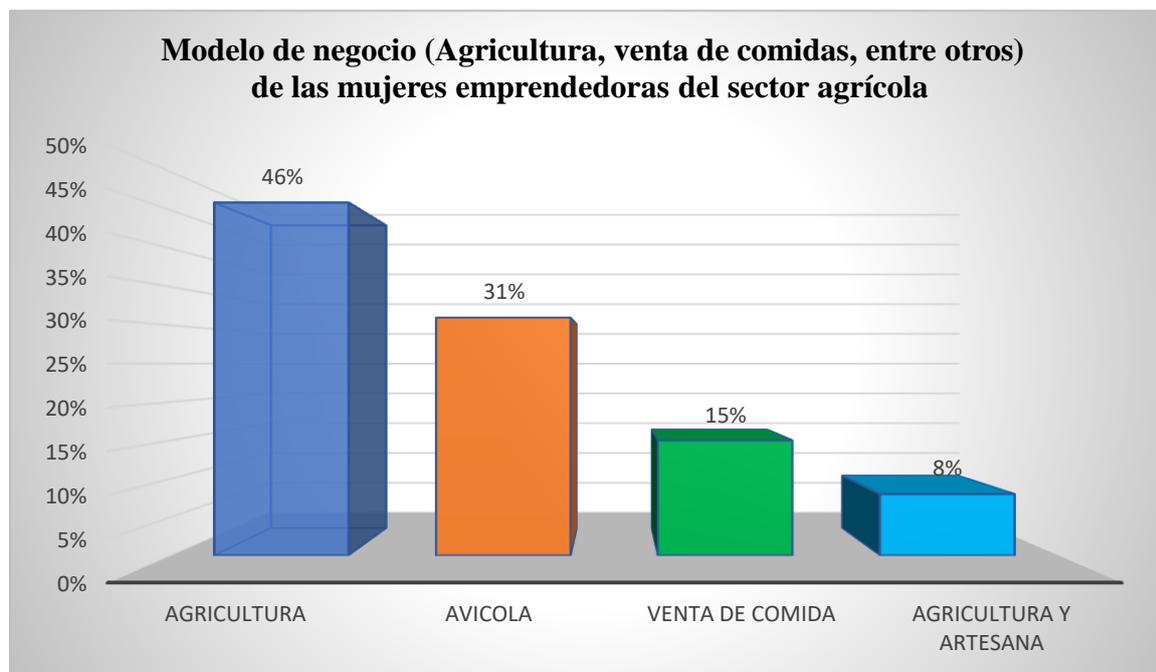


Figura 10. Modelo de negocio (Agricultura, venta de comidas, entre otros) de las mujeres emprendedoras del sector agrícola. De acuerdo con la información obtenida se determina que el 46% de las emprendedoras, se dedica a negocios relacionados con la agricultura; el 31% de ellas se concentra en producción avícola; el 15% se orienta a la venta de comidas. Finalmente, se aprecia que el 8% realiza artesanías. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Otro dato que consideró necesario el presente estudio se relaciona con el rango de ingresos percibido por las mujeres emprendedoras. Esta información se presenta en la siguiente figura 11.

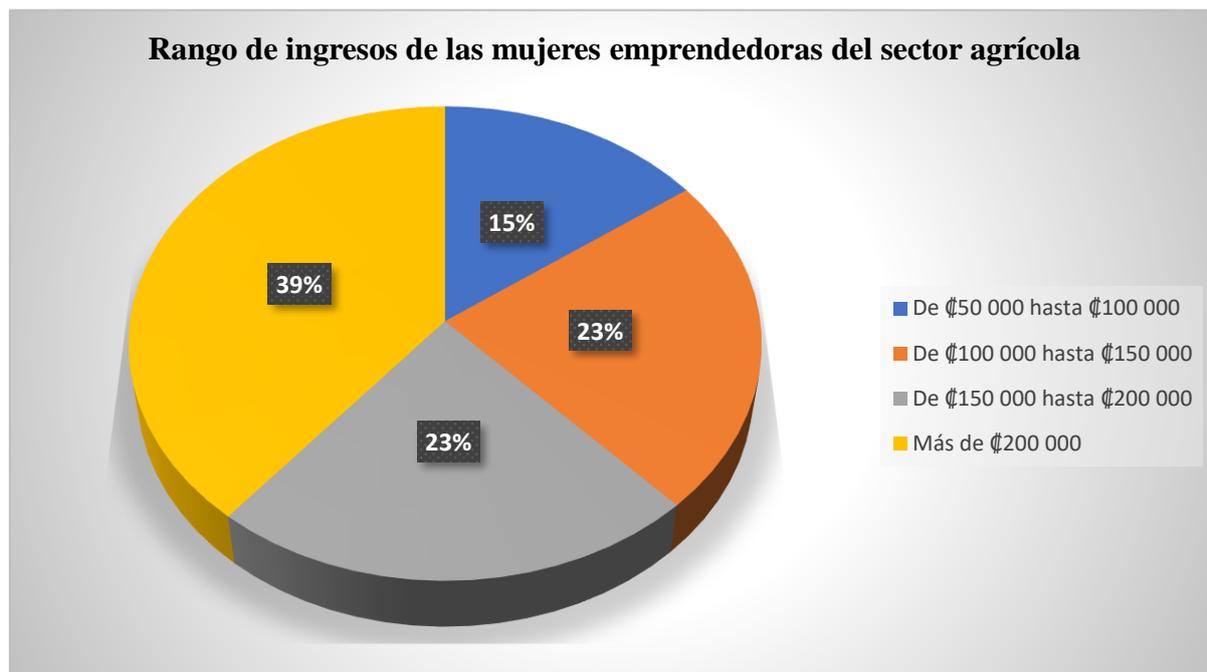


Figura 11. Rango de ingresos mensuales de las mujeres emprendedoras del sector agrícola. En el gráfico anterior se determina que un 15% cuenta con ingresos mensuales de 50 mil colones, el otro porcentaje se divide equitativamente en lo cercano a los 100 mil colones. De estos resultados se observa que hay mucho espacio para que las emprendedoras mejoren sus negocios y puedan incrementar sus ingresos mensuales; por último, un 39%, tienen un rango de ingresos alrededor de los 200 mil colones mensuales. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Seguidamente se analizan los resultados del diagnóstico previo, aplicado a las mujeres, sujetos de estudio.

4.1.2 Diagnóstico previo a la capacitación

En este apartado se determina el perfil de las mujeres empresarias que iniciaron el proceso de capacitación, como parte fundamental para poder evaluar la capacidad y facilidad de aprendizaje. Asimismo, determinar la posibilidad de realizar las capacitaciones de manera virtual, debido a las restricciones por la pandemia producida por el COVID-19.

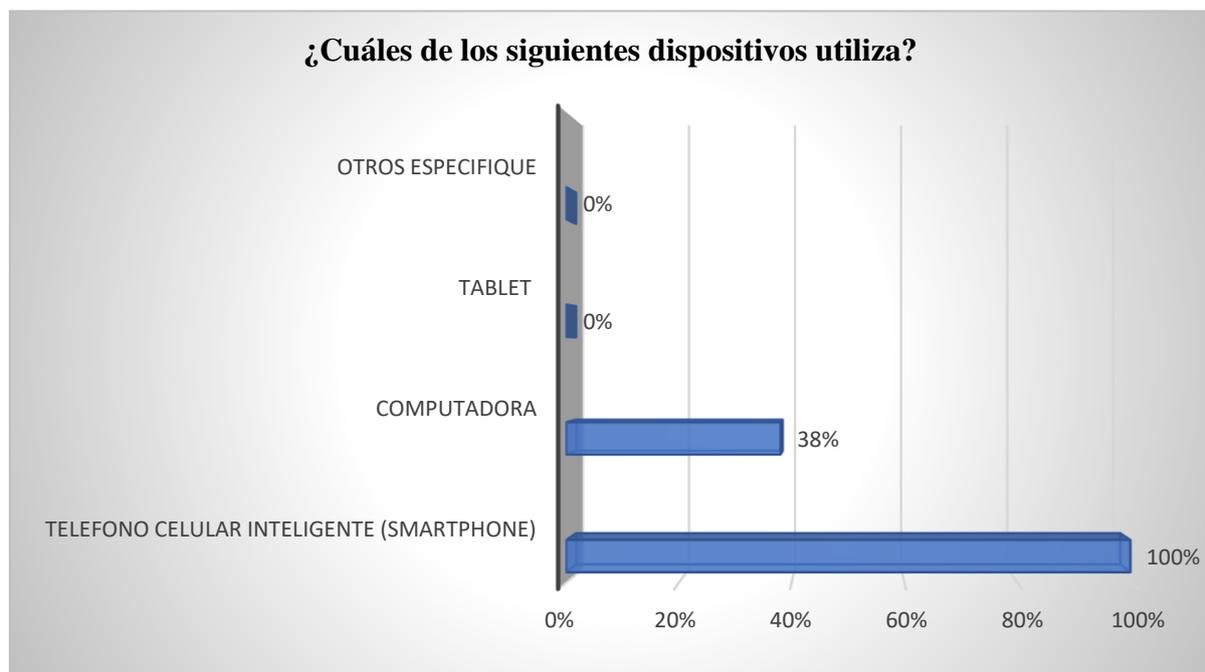


Figura 12. ¿Cuáles de los siguientes dispositivos utiliza? La totalidad que equivale al 100% de las participantes tiene acceso a un teléfono inteligente. Además, el 38% de las encuestadas utilizan de igual forma, como medio de conexión la computadora. Se aprecia en dichos datos, que las emprendedoras utilizan en sus trabajos, algún dispositivo o herramientas básicas. Lo usan como entretenimiento, estudio, trabajo, entre muchos otros usos. Además, se determinó que más de la tercera parte de estas mujeres, también utiliza la computadora, identificada como herramienta muy significativa en el trabajo de hoy en día. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Estrechamente ligado a la variable anterior, a las emprendedoras también se les consultó si tenían acceso a Internet, los resultados aparecen en el próximo apartado.

¿Utiliza internet para recibir capacitaciones?

Todas las participantes en la encuesta, en un 100%, indicaron que utilizan Internet para recibir capacitaciones. La pandemia ha causado que Internet sea una herramienta necesaria y casi indispensable. Además, es una manera eficiente, ya que ayuda en el ahorro de recursos y permite un mundo de posibilidades. Asociado a este aspecto tecnológico, también se les consultó información relacionada con las aplicaciones. Véase la siguiente información:

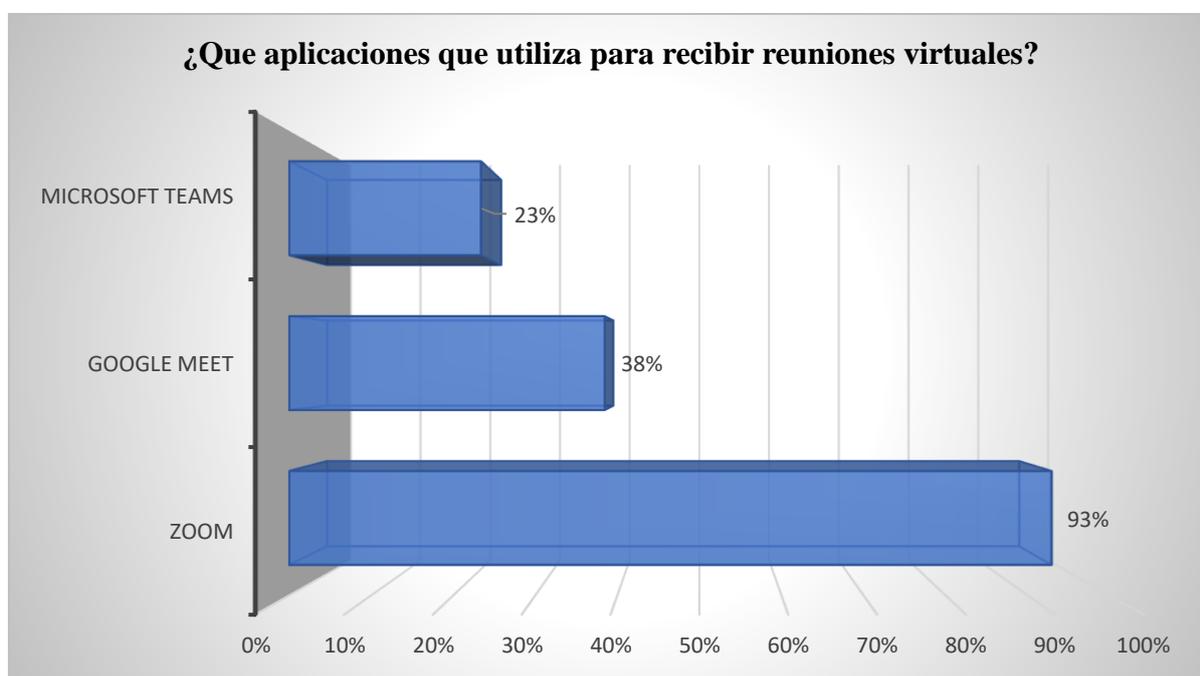


Figura 13. ¿Qué aplicaciones que utiliza para recibir reuniones virtuales? Según la información aportada por las participantes, alrededor de una quinta parte, utiliza tres aplicaciones como medio para reuniones virtuales. Es importante destacar que la más utilizada, casi por la totalidad de las participantes, es Zoom, para un total de 93% siendo este el más usado, seguido de Google meet con un 38% y finalmente, se determinó que el 23%

utiliza Microsoft teams como medio para sus reuniones virtuales. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

¿De qué forma ha utilizado previamente las diferentes aplicaciones de modalidad remota existentes? (Zoom, Google Meet, Microsoft Teams).

Todas las participantes indicaron en la encuesta que utilizan las aplicaciones en forma educativa, para un total del 100% de afirmación y descartaron las demás opciones.

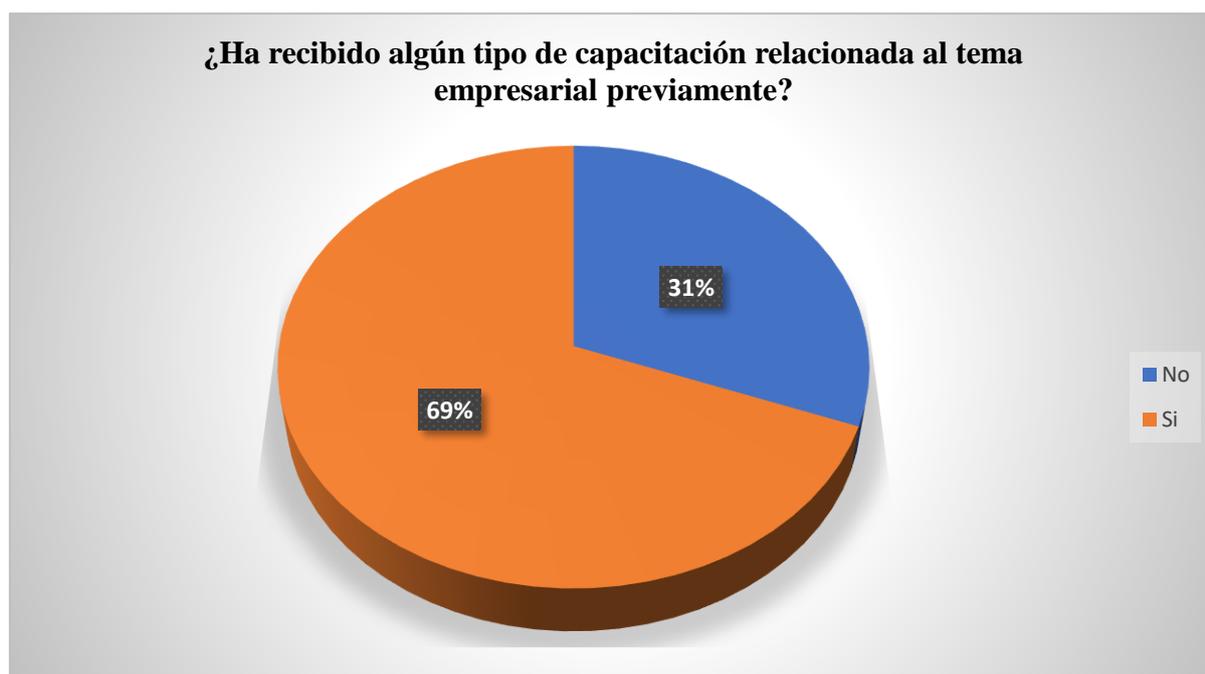


Figura 14. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación previa relacionada con el tema empresarial? Según resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada se determinó que el 69% respondieron de manera afirmativa; mientras que el 31% indicó no haber recibido anteriormente, capacitación alguna relacionada con temas empresariales. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Con respecto a información relacionada con la cadena de valor, los datos emitidos por las participantes se presentan en la imagen 15.



Figura 15. ¿Ha escuchado hablar sobre la cadena de valor? Respecto a la consulta sobre el tema de la cadena de valor, el 38% de los participantes no había escuchado información al respecto. Debe aclararse que dicho tema es esencial para poder desarrollar correctamente un negocio hoy en día. El otro 62% de las encuestadas indicó que sí han escuchado acerca de este tema. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Desde la perspectiva, relacionada con los planes preventivos de contingencia, las emprendedoras también aportaron información valiosa, datos que aparecen en la imagen 16.



Figura 16. ¿Cuenta con algún plan de riesgos para enfrentar cualquier eventualidad en su negocio, como fue el caso del COVID-19? La mayoría de las participantes respondió que no tiene un plan de respaldo antes eventualidades que puedan poner en riesgo sus negocios; así, lo indicó el 85% de las participantes quienes no cuentan con un plan preventivo. Opuesto a este dato, se aprecia que solamente un 15% de las mujeres consultadas indica que efectivamente, dispone de un plan de riesgos. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Con respecto a los productos o bienes que ofertan las emprendedoras consultadas, la siguiente imagen 17, recoge la información pertinente.

¿Cuáles son los principales productos que ofrecen y producen en su negocio?

Existe una gran cantidad de productos y de bienes elaborados por las participantes. La mayoría está relacionada con la agricultura, por lo que requieren dominar algunas indicaciones detalladas, como es el caso del manejo y almacenamiento de materias primas y de proveedores dado que sembrar y producir implica mucho cuidado y técnica para tener éxito. A continuación, se cita el nombre de los productos que ofrecen: rosquilla y empanadas,

abono orgánico, pepino, papián, maíz (amarillo, pujagua, negro), kale, albahaca, urúgula, banano, limones, aguacate, ñanpi, acelga, pollo de engorde y huevos, cebollino, hierba buena, eneldo, hinojo, naranja, frijoles, plátanos, kale toscano y rizado y para finalizar, distribuyen pollo de engorde y pastoreo Adaptación: Grupo de Investigación (2021).



Como parte de dicho estudio, también interesaba conocer el nivel de experiencia que poseen estas emprendedoras en sus negocios; dichos datos se muestran en el siguiente gráfico 17.

Figura 17. ¿Cuánto tiempo tiene como productora en el campo de la agricultura u otro emprendimiento? De acuerdo con respuestas emitidas por las participantes, solo un 8% tiene más de 15 años en su negocio; el 15% de ellas respondió que tiene su negocio alrededor de un año. Además, es llamativo que un poco más del 23% ha mantenido su negocio por 7 años. El mayor número de emprendedoras respondió que tiene un periodo 3 años de estar en el mercado, dato equivalente al 46%. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Asociado al dato anterior, a las participantes también se les consultó si disponen de instalaciones adecuadas para la gestión de sus productos. Las respuestas emitidas por las mujeres se reflejan en la próxima imagen 18.

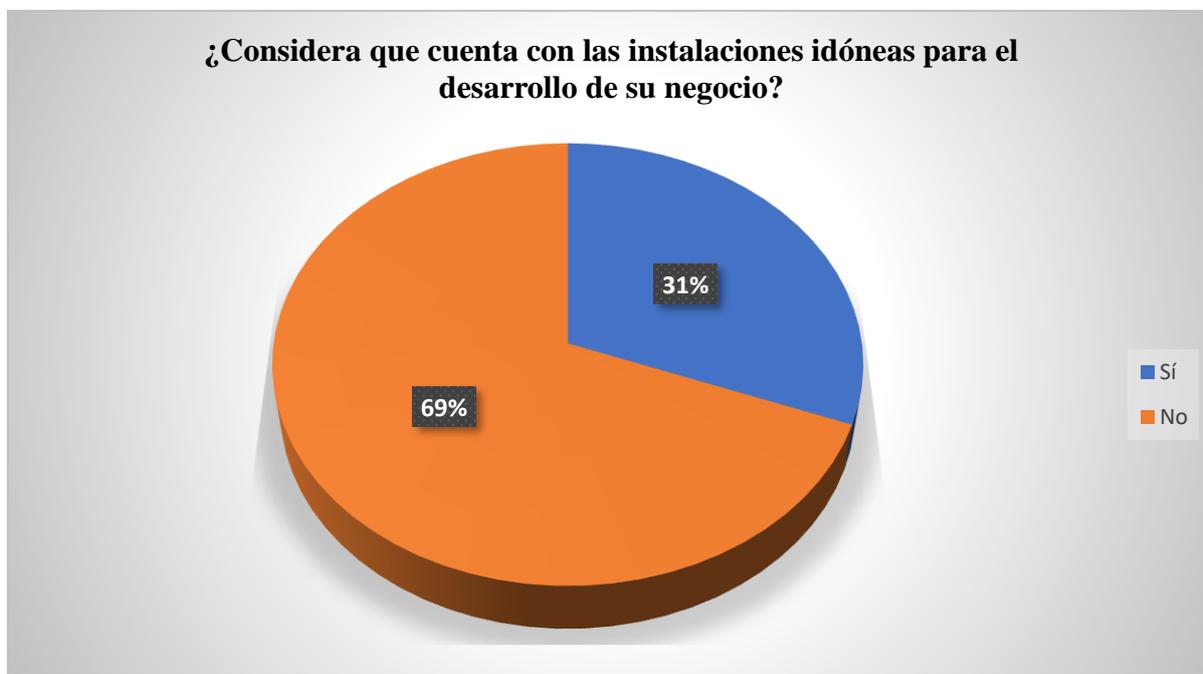


Figura 18. ¿Considera que cuenta con las instalaciones idóneas para el desarrollo de su negocio? Según la información aportada por las emprendedoras, ellas reconocen que deben mejorar las condiciones de sus instalaciones. Consideran que no son las adecuadas para su emprendimiento; así respondió la mayoría, equivalente al 69% mientras que el restante 31%, indicó que sí dispone de instalaciones adecuadas para el desarrollo de su negocio. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Con respecto a las necesidades de capacitación requeridas por las participantes, la siguiente figura 19, evidencia las respuestas de las citadas mujeres:

¿Qué tipo de información o tema de capacitación necesita para mejorar su negocio?

Las participantes indicaron que hay algunos aspectos básicos como la publicidad, contabilidad, finanzas, mercadeo y ventas, los cuales les ayudarían a mejorar sus negocios. Por otro lado, algunas indicaron capacitaciones más técnicas como prevención de plagas, lumbricultura, manejo avícola, manipulación de alimentos y aumento de la producción, son temas que según su opinión pueden ayudarles a hacer crecer su negocio. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

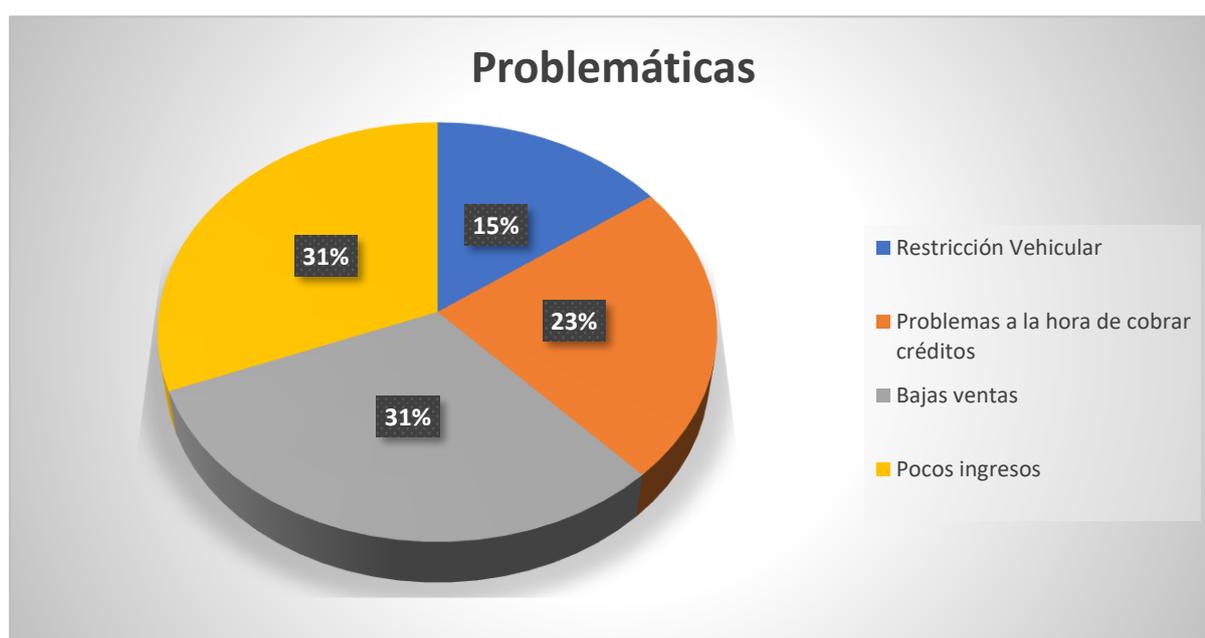


Figura 19. ¿Cuál ha sido el mayor impacto (Problemática) que ha tenido su negocio a raíz de la pandemia del COVID19? De acuerdo con la información obtenida mediante la encuesta realizada, se determinó que un 15% de las emprendedoras fueron afectadas por la restricción vehicular, mientras que un 23% respondió tener problemas a la hora de cobrar los créditos, debido a las dificultades afrontadas por la pandemia. Por otra parte, un 31% aseguró que sus ventas bajaron; mientras que el último 31% admite tener problemas de ingresos. Adaptación: Grupo de Investigación (2021). Seguidamente aparece información relacionada con la forma de comercializar en sus negocios. Véase figura 20.

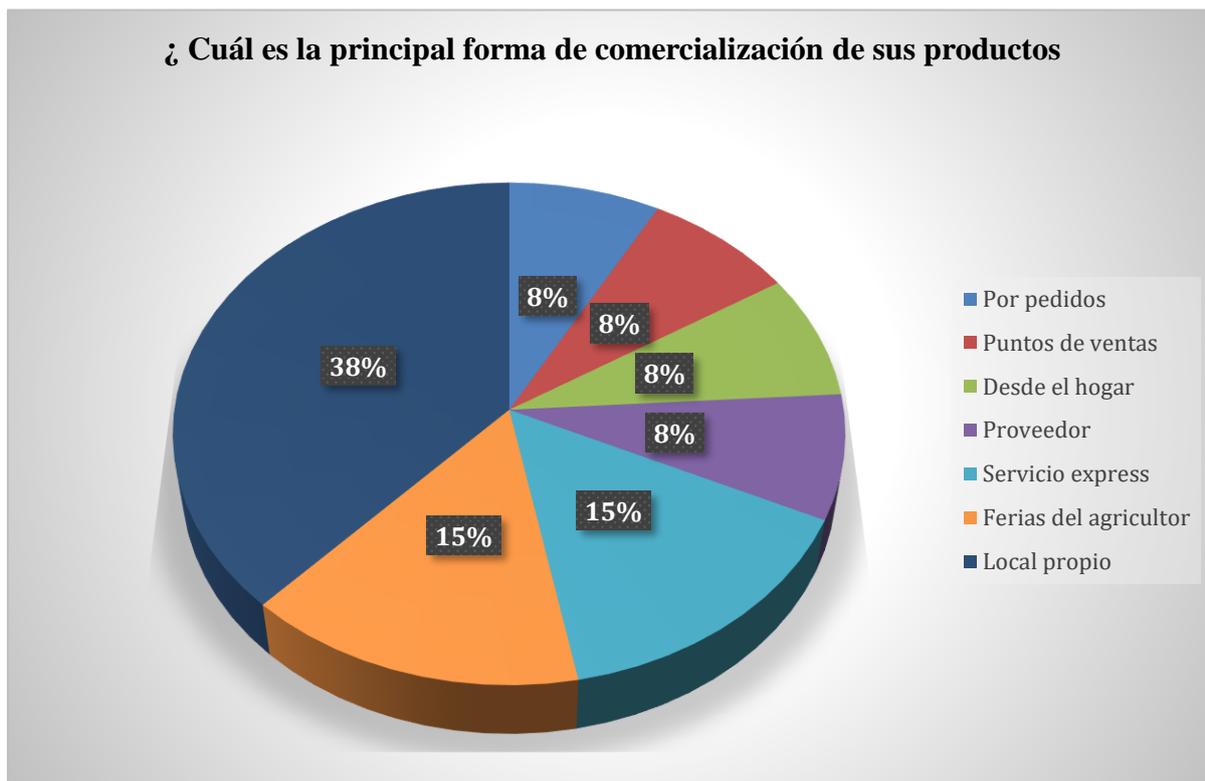


Figura 20. ¿Cuál es la principal forma de comercialización de sus productos? De acuerdo con las respuestas de las emprendedoras solo el 8% de ellas lo hace por pedidos. Un dato relevante, considerado el punto fuerte de sus emprendimientos es que utilizan la feria del agricultor como medio de ventas, así lo confirmó el 15% de las encuestadas; otro 15% de las respuestas confirma que utilizan servicio express; sin embargo, la principal forma de comercialización de los productos lo hacen en sus propios locales donde ofrecen sus productos, este dato representa el 38% de los participantes. Este último dato, significa una ventaja. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Seguidamente, se presenta información relacionada con el Programa de Capacitación,

4.1.3 Programa de Capacitación.

En el presente apartado conoceremos los temas impartidos en los talleres virtuales sobre la Cadena de Valor, proporcionados por el Instituto de las Mujeres (INAMU), con participación de los estudiantes de la Universidad Técnica Nacional (UTN), dirigidos a las mujeres emprendedoras del sector agrícola. Este programa tuvo una duración de 7 sesiones, desarrolladas los sábados a las 9:00 am y a las 2:00 pm.

4.1.3.1 Sesión 1-Inducción.

En la primera sesión con el grupo de mujeres emprendedoras se presentó la temática por desarrollar, en presencia de la señora Daniela Aiza representante del Instituto de las Mujeres (INAMU), los estudiantes y facilitadores de la Asesoría virtual, la señora Carolina Romera, Dina Coronado y el señor César Montero en representación de la Universidad Técnica Nacional. En esta ocasión, también se presentó el perfil de cada una de las emprendedoras.

Asimismo, se explicó la metodología por realizar cada semana durante las sesiones, como: participación en clases, modalidad de aprendizaje, teorías para el enriquecimiento de la clase y prácticas que fueron dejadas como tareas, se explicó que cada semana se iba pasar lista para conocer quiénes estuvieron presente en las clases. Dichas asesorías tuvieron una duración de 7 semanas según el cronograma presentado en clases. Para finalizar, se dejó una tarea para conocer el perfil del emprendimiento. En la siguiente clase una emprendedora seleccionada realizaría una presentación del perfil de su negocio.

4.1.3.2 Sesión 2- El proceso productivo de la empresa.

En la segunda sesión se abordó el tema de los procesos productivos de la empresa. En este sentido, se explicaron diferentes términos para que las mujeres comprendieran con mayor facilidad el tema facilitado el día de clase. Se explicaron los factores del proceso

productivo de la empresa como es el caso de la tierra, trabajo, capital y tecnología, también se explicó las etapas del proceso productivo: adquisición de la materia prima, producción y adaptación del producto. También se abordó el subtema del proceso económico el cual integró la producción, distribución, comercialización y el consumo. Finalmente, se expusieron los tipos de procesos productivos relacionados con producción en serie, producción bajo pedido y producción por lote.

Por otra parte, se conoció y explicó la conceptualización del análisis FODA, el cual vincula las fortalezas, debilidades y oportunidades con el fin de que cada una de las emprendedoras identifiquen cuáles son estas en su empresa. También ellas participaron en la primera tarea realizada por una de las emprendedoras y al finalizar el taller virtual se asignó la segunda tarea.

4.1.3.3 Sesión 3- Cadena de valor.

En la tercera sesión se conocieron los términos de la cadena de valor y utilidad; también sus diferentes componentes como son las materias primarias o de líneas compuestas por logística de entrada, operaciones (producción), logística exterior (de salida), marketing y ventas, servicio post venta. Por otro lado, se analizaron las actividades de apoyo o de soporte: infraestructura de la organización, gestión de recursos humanos, desarrollo de la tecnología, abastecimiento o compras y margen.

En esta tercera sesión se presentó la tarea de la segunda semana, a cargo de otra emprendedora, así se les brindó a todas, la oportunidad de participar en los talleres virtuales. Por último, se dejaron dos actividades de tarea las cuales fueron asignadas para la cuarta sesión.

4.1.3.4 Sesión 4– Factores de riesgos de las empresas lideradas por mujeres.

La cuarta sesión se concentró en el estudio de los factores de riesgos y sus 11 diferentes áreas las cuales fueron abordadas con su debida explicación; de igual manera, se comentó lo relacionado con el factor económico oculto, y se desarrolló el tema: la implicación de la división sexual del trabajo, por considerar que el grupo estaba integrado por el 100% mujeres quienes debían conocer las dificultades y desigualdad existente entre una jefa de hogar y un trabajador.

A cada emprendedora se le preguntó qué creían acerca de las dificultades y desigualdades que tienen ellas como jefas de hogar. Todas las participantes externaron su opinión con el debido respeto. Luego, se le dio oportunidad a una emprendedora para que presentara su correspondiente tarea. Al finalizar la sesión se explicó y asignó la tarea de la siguiente semana.

4.1.3.5 Sesión 5- Afectación de la crisis económica en mi cadena de valor.

En la quinta sesión se inició la clase con la presentación de la emprendedora elegida de la semana y al finalizar, se introdujo el tema correspondiente a esa sesión. Primero, se explicó el concepto de “plan de negocio” para facilitar su comprensión.

En segundo lugar, una vez comentado y explicado el tema a las emprendedoras, se abordaron los componentes del plan de gestión de riesgos o empresarial; entre estos se citan: Definición de objetivos, detalles de las estrategias, establecimiento de las actividades de contingencia, asignación de un tiempo de inicio y de fin de cada actividad, definición de recursos para cada actividad, ejecución del plan y por último, la medición. Al finalizar la clase, nuevamente se explicó y asignó la quinta tarea para ser presentada en la sexta sesión.

4.1.3.6 Sesión 6- Cadena de valor.

En la penúltima sesión, hubo un repaso de la cadena de valor, debido a que se realizó una matriz con toda la materia vista; por lo cual era importante repasar los contenidos para que las emprendedoras del sector agrícola no sintieran frustración a la hora de estudiar o realizar la matriz.

Se realizó la presentación de la matriz plan de gestión de riesgos a cargo de la emprendedora seleccionada. Finalmente, se explicó la matriz final que se debía realizar para la séptima y última sesión de clase donde todas las emprendedoras realizarían su exposición final sobre la cadena de valor.

4.1.3.7 Sesión 7- Matriz Cadena de valor.

La última sesión de trabajo se concentró en la presentación de la matriz cadena de valor la cual está formada por todos los anexos o bien, las tareas realizadas durante todas las semanas; cada emprendedora del sector agrícola expuso su presentación final a las demás compañeras y a sus facilitadores.

La matriz estaba estructurada por los siguientes componentes: Descripción de mi proceso productivo, mi cadena de valor, identificación y valoración de los factores de riesgos en mi cadena de valor y para finalizar, la afectación de la crisis a mi cadena de valor.

4.1.4 Ejecución de programa de capacitación.

En el presente objetivo se desarrollaron las actividades o diagnósticos sobre los temas descritos en el objetivo 3. Estos trabajos fueron designados a las mujeres emprendedoras para realizar en un período no mayor a 7 días hábiles. Para facilitar la comunicación, se habilitó el grupo de whatsapp para evacuar dudas conforme iban realizando las tareas. El material brindado, lo proporcionó el Instituto de las Mujeres (INAMU) e impartido por los estudiantes de Licenciatura en Gestión y administración empresarial de la Universidad Técnica Nacional (UTN), dirigido a las mujeres emprendedoras del sector agrícola. Los diagnósticos fueron explicados durante las 7 sesiones establecidas.

Tabla 7.

Actividades realizadas para la ejecución de programa de capacitación.

Actividad 1	
Información general del emprendimiento	Se solicitó información general de cómo surgió el negocio que actualmente poseen (funcionamiento, colaboradores, tipo de cliente, materia prima, producción, precio, dónde se comercializa)
Actividad 2	
Proceso productivo de la empresa	Se solicita información de cómo se realiza la determinación de costos de su producto, cómo se produce y en cuáles redes sociales se promociona el producto. Además, con las respuestas generadas por las mujeres, se conocen las ventajas y desventajas que conlleva esa actividad que ellas creen correctas para su producción.

Fuente: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 8.

Actividades realizadas para la ejecución de programa de capacitación.

Actividad 3	
Cadena de valor	Se realiza una serie de preguntas de acuerdo con la clasificación de las actividades de soporte (infraestructura, recursos humanos, tecnología y compras) y las actividades operacionales (logística de entrada, producción, logística de salida, marketing y ventas y servicio post venta). Lo anterior, para conocer cuál es el proceso de inicial y final a la hora de producir y vender el producto
Actividades de soporte y Operacionales.	
Actividad 4	
Factores de riesgo.	Se determinan 11 áreas de riesgo y los factores que posee un producto. En el diagnóstico se determina si en la empresa se identifica el factor de riesgo de las áreas (Tecnología, asistencia técnica, propiedad, crédito). Si la respuesta es afirmativa o negativa se debe explicar de qué manera se implementa.

Fuente: Grupo de Investigación (2021).

Tabla 9.

Actividades realizadas para la ejecución del programa de capacitación

Actividad 5	
Afectación de la crisis a mi cadena de valor	Se definió una tabla cuyo objetivo era ayudarle a la participante a identificar la afectación de la crisis provocada por la Pandemia en la cadena de valor. Por lo que en la columna denominada "Descripción de la cadena de valor", se contempla el subproducto 2 "Mi cadena de valor". Posteriormente, en la columna denominada "Afectación de la crisis en la cadena de valor" se debía indicar cómo ha afectado esta crisis a su negocio; si tiene la información, agrega detalles en colones, porcentajes y otros datos cuantificables. Dicho conocimiento ayudará a calificar en la columna denominada "Nivel de afectación", si la afectación es alta, media o baja" Utilizando para ello los colores rojo, naranja y verde respectivamente.
Actividad 6	
Plan de gestión de riesgos empresariales	Con base en temas: 1. Mi cadena de valor y las debilidades identificadas. 2. Factores de riesgo de las empresas lideradas por mujeres presentes en mi empresa y el nivel de afectación identificado y 3. Afectación de la crisis en mi cadena de valor, y el nivel de afectación identificado; se debe tomar aquellos riesgos identificados como altos (color rojo). Esos son los que tendrán prioridad en el abordaje de su plan, luego los anaranjados, seguido de los amarillos.

Para cada uno de esos riesgos se debe identificar un objetivo; luego, las estrategias que determine para ese objetivo, las diferentes acciones que llevará a cabo, el tiempo, los recursos y la forma de medir si logró alcanzar el objetivo

Fuente: Grupo de Investigación (2021).

4.1.5 Diagnóstico de valuación post-Capacitación.

En el presente análisis de resultados, se determinan los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a las empresarias que participaron y finalizaron la capacitación de asesorías virtuales, dicha encuesta post-capacitación, se implementó con el propósito de determinar el nivel de aprovechamiento obtenido como resultado de las asesorías desarrolladas sobre los contenidos temáticos enlazados con la cadena de valor y gestión de riesgos asociados a la pandemia producida por COVID-19, así como las acciones y decisiones tomadas por las propietarias para el fortalecimiento de sus negocios y sus habilidades empresariales. Las participantes fueron seleccionadas por el INAMU y las municipalidades de Nicoya y Abangares.

¿Qué tan provechosa considera su participación en las capacitaciones brindadas?

Todas las participantes indicaron en la encuesta que la capacitación fue de mucho provecho, así lo consideró el 100% de las mujeres. Esta afirmación es un indicador de que la capacitación brindada fue pertinente y provechosa.

¿Considera que su conocimiento respecto a la cadena de valor es mejor a raíz de las capacitaciones?

De acuerdo con la interrogante planteada se logró determinar que el 100% de las empresarias que participaron de las capacitaciones, consideran que ha mejorado su conocimiento en cuanto a los contenidos y los componentes relacionados con la cadena de valor lo cual representa un gran avance para el desarrollo de sus negocios.

¿Está dispuesta a seguir recibiendo capacitaciones empresariales?

Del diagnóstico realizado post-capacitación aplicado a las participantes que lograron concluir el proceso de asesorías virtuales, el 100% de las encuestadas indicó que está

dispuesta a continuar recibiendo capacitaciones relacionadas con temas empresariales, que puedan generar oportunidades de crecimiento como empresarias y para los negocios que ellas dirigen en la actualidad.

¿Cómo empresaria, siente que desarrollo capacidades y habilidades para impulsar su negocio?

De acuerdo con la interrogante planteada en torno a las habilidades desarrolladas como empresarias, el 100% de las participantes indicó que efectivamente siente que ha podido desarrollar las habilidades necesarias para impulsar sus negocios, lo cual genera un gran beneficio y una mayor ventaja competitiva, en tiempo de crisis provocado por la pandemia COVID-19. Véase datos alusivos en la siguiente figura 21.

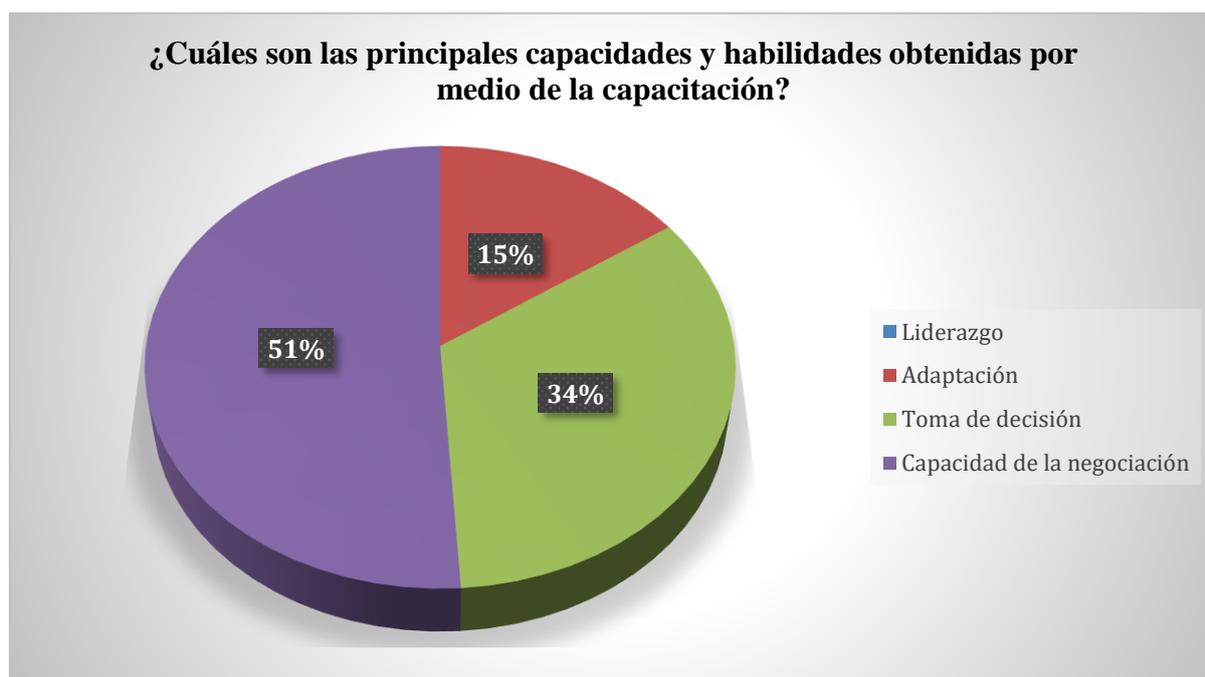


Figura 21. ¿Cuáles son las principales capacidades y habilidades obtenidas por medio de las capacitaciones? En cuanto a la interrogante relacionada con las principales habilidades

desarrolladas por las empresarias que participaron en las capacitaciones virtuales se obtuvieron los siguientes resultados: el 50% respondió que la principal habilidad desarrollada es la capacidad de negociación, habilidad considerada sumamente importante a la hora de relacionarse con proveedores y clientes. El 35% de las comerciantes respondió que le favoreció en la toma de decisiones, habilidad clave para poder determinar el rumbo de los negocios, y el otro 15% indicó que la adaptación al cambio ha sido la habilidad que logró desarrollar. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

En la siguiente figura 22, se reflejan datos vinculados con los espacios diferenciados.

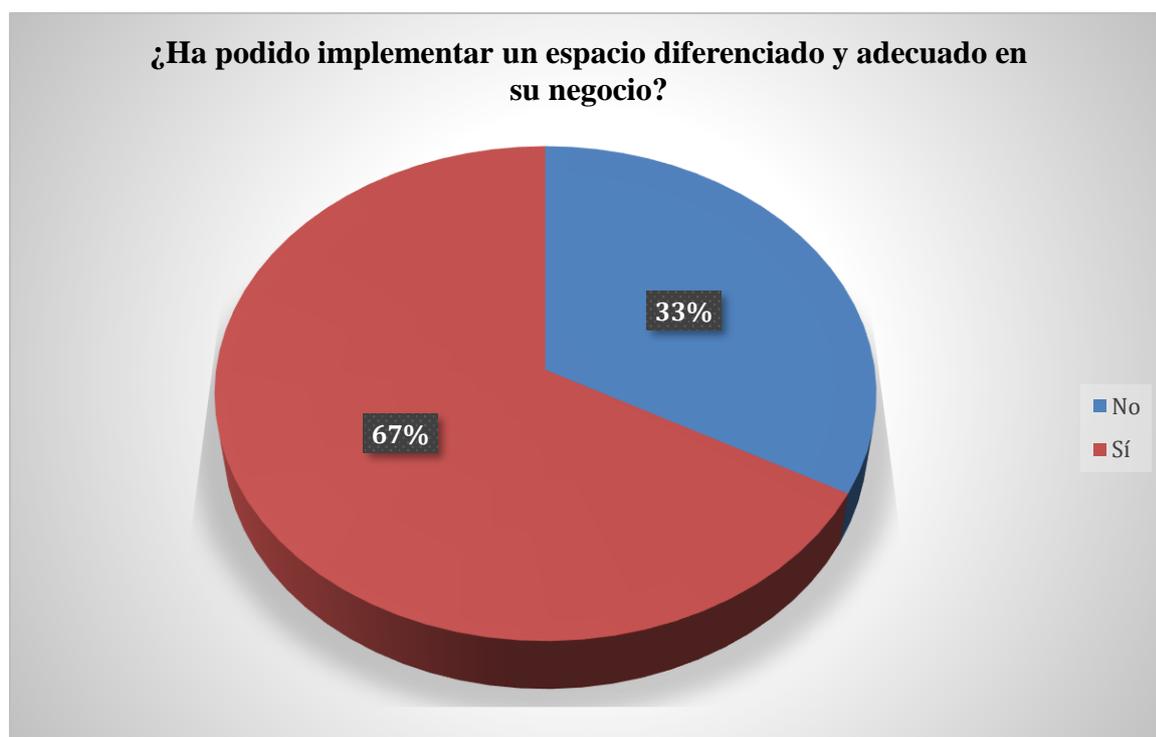


Figura 22. ¿Ha podido implementar un espacio diferenciado y adecuado en su negocio? Un aspecto relacionado con la cadena de valor es la infraestructura; de acuerdo con el gráfico anterior, se determinó que el 67% de las propietarias de los negocios ha podido implementar espacios diferenciados en sus negocios que les permite generar mayor y mejor calidad de los

productos y facilidad del proceso productivo, mientras que el 33%, respondió que no ha podido implementar estos espacios en sus negocios. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Con respecto al tema de los riesgos, seguidamente aparecen los resultados en el gráfico 23.

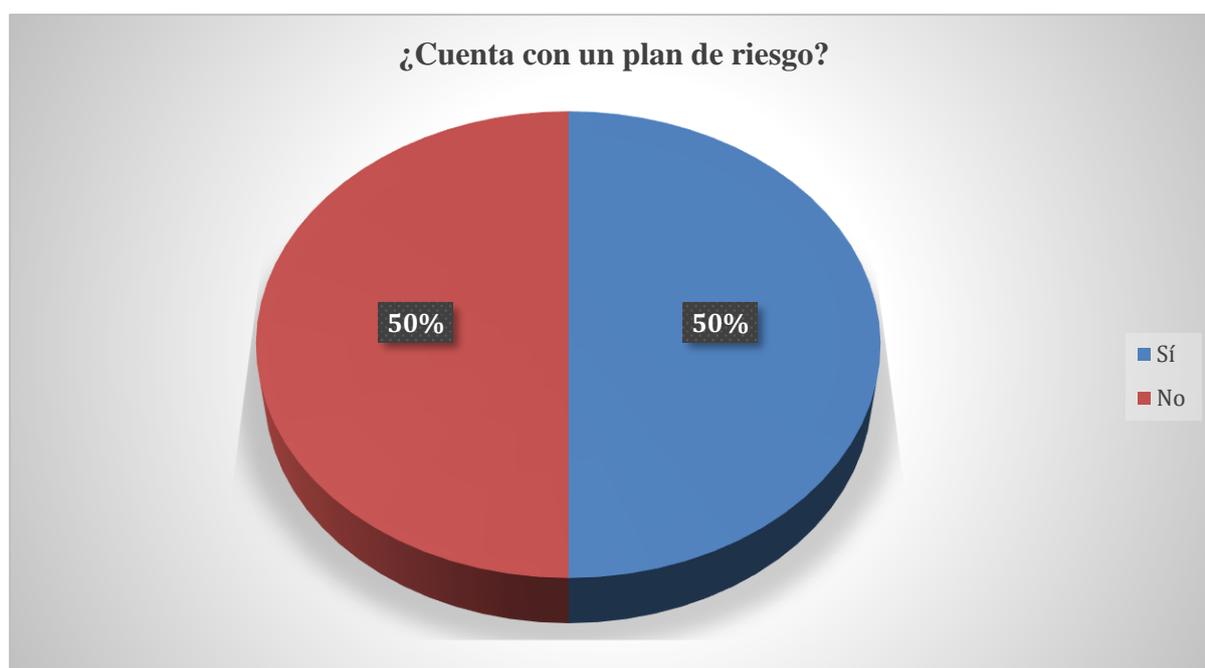


Figura 23. ¿Cuenta con algún plan de riesgos para cualquier eventualidad en su negocio, como lo fue en el caso del COVID-19? Los resultados de esta interrogante evidencian que el 50% afirma tener un plan para enfrentar posibles riesgos que podrían presentarse a futuro. El otro 50% indicó que aún no dispone de un plan preventivo de riesgos en su negocio. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

En la siguiente figura 24, se aprecian los datos relacionados con las respuestas emitidas por las empresarias, en torno a los cambios implementados por ellas en sus negocios.

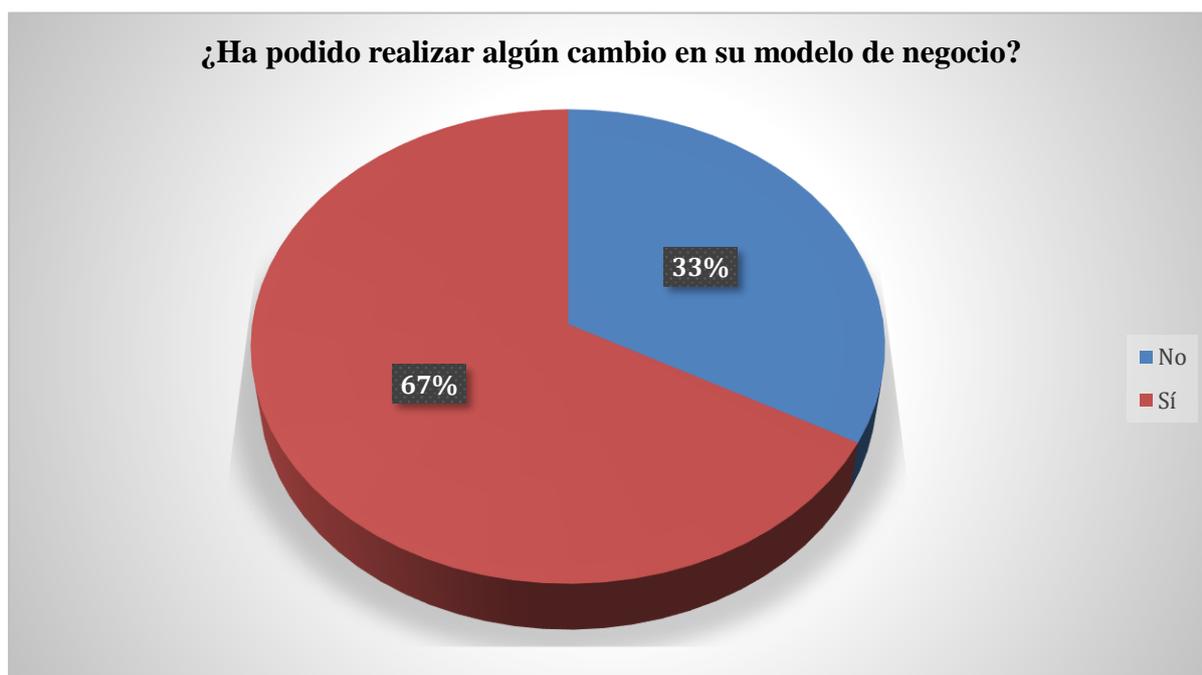


Figura 24. ¿Ha podido realizar algún cambio en su modelo de negocio? Un asunto importante es poder realizar cambios constantes en los negocios; por tal razón, se les consultó esto mismo, a las participantes en las capacitaciones virtuales. Los resultados revelan que el 67% ha tenido oportunidad de realizar cambios en sus modelos de negocios, mientras que el 33% respondió de manera negativa. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

En el siguiente apartado se visualiza información correspondiente a las mejoras realizadas en su producto.

¿Qué mejoras ha podido aplicar en su producto?

Otras de las preguntas planteadas en el diagnóstico post-capacitación se relaciona con los cambios realizados por las empresarias en sus productos. En sus respuestas indican, la búsqueda de etiquetado para mejorar la presentación, la calidad y control del producto, la

infraestructura, mejoras en las ventas y por último, una de las participantes dijo que por el momento no ha realizado ninguna mejora en su emprendimiento.

¿Le ha introducido elementos diferenciadores a su producto?

En este apartado se muestran las repuestas brindadas por las participantes en la encuesta. Esta consulta arrojó los siguientes resultados, una de ellas indicó que cuenta con un producto orgánico; otra emprendedora afirmó que su elemento diferenciador es la forma como se promociona; además, citan que una de las mejoras es la forma de cultivar su producto. Otra mujer comentó que está en proceso de mejora para su negocio, por último, solo una de las emprendedoras respondió que no ha podido introducir algún elemento diferenciador en sus productos o procesos productivos.

¿Considera que cuenta con las instalaciones idóneas para el desarrollo de su negocio?

En este apartado se muestran los resultados obtenidos en cuanto a la infraestructura de los negocios. De acuerdo con dicha consulta, la mitad de las participantes indicaron, que no cuentan con las instalaciones adecuadas. Una de ellas indica que está en proceso de construcción y por último, dos emprendedoras afirman que sí disponen de las instalaciones requeridas.

¿Considera que la información recibida en la capacitación ha ayudado para mejorar su negocio?

Del total de las participantes encuestadas en el diagnóstico post-capacitación, con respecto a la cadena de valor, mencionan que la información recibida les ha ayudado a mejorar la publicidad, las ventas, compras de materia prima, identificar puntos de oportunidades de mejora y su relación con los proveedores, también la infraestructura adecuada para su emprendimiento. Todos estos factores son importantes en los negocios para lograr mejores resultados.

¿Cuál ha sido el mayor cambio en su negocio que ha implementado en cuanto a la cadena de valor? Infraestructura, ventas, logística, etc.

En el diagnóstico realizado a las empresarias que participaron en las capacitaciones de manera virtual, consideran que entre los cambios implementados en los componentes de la cadena de valor han notado incremento en sus ventas; luego citan infraestructura, en segundo lugar; seguido de proveedores y por último, citan que la publicidad.

5 Conclusiones y recomendaciones

5.1.1 Conclusiones.

Al identificar el perfil de las mujeres emprendedoras del sector agrícola, se concluye que la mayoría de ellas son mujeres de hogar, cabeza principal del sustento de sus familias, con emprendimientos agrícolas, en su mayoría apoyados por sus mismos familiares. Los emprendimientos están ubicados en zonas rurales, donde la mayoría debe hacer grandes sacrificios para acondicionar sus negocios y que estos pueden obtener resultados positivos. Las condiciones socioeconómicas en la mayoría de ellas son de bajos recursos, dependen de las ventas de sus productos para salir adelante, para poder adquirir nuevamente la materia prima y generar ese nuevo ciclo de producción

Con respecto al diagnóstico realizado para verificar el conocimiento sobre la cadena de valor, se deduce que la mayoría de ellas no tiene comprensión de que esta es una herramienta que ayuda a determinar las actividades realizadas dentro de la empresa y que agregan valor al producto o servicio, con la finalidad de brindar la máxima calidad y crear una ventaja competitiva en el mercado. En su mayoría, saben cómo iniciar una logística de entrada; sin embargo, al llegar a la mitad del proceso queda en una especie de estancamiento que les impide avanzar y culminar con éxito sus ventas para incrementar sus ganancias.

Con respecto al objetivo número tres, se concluye que las asesorías como el implementado, benefician a las participantes, gracias al contenido temático relacionado con la cadena de valor, propuesto por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), donde se logró reflejar la problemática ocasionada por el COVID-19.

De acuerdo con el objetivo número cuatro con respecto a los programas de capacitación, mediante las asesorías virtuales semanales, para proporcionar los elementos necesarios a las emprendedoras seleccionadas por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), se logró determinar que las empresarias poseían un mínimo conocimiento en algunos aspectos de

habilidades empresarial que fueron aprendiendo durante el transcurso de las sesiones y de las tareas semanales que realizaron como parte de este proceso de formación.

Por último, con respecto al propósito del objetivo cinco, en cuanto a realizar la evaluación del aprendizaje obtenido, posterior a la aplicación de los módulos temáticos de la capacitación, se concluye que la gran mayoría de las participantes obtuvo mayor conocimiento de los procesos productivos implicados en la cadena de valor los cuales han puesto en práctica de manera gradual.

Al respecto, es necesario destacar que emprender un negocio es una experiencia que conlleva muchos factores; los resultados pueden ser positivos o negativos, depende en gran medida de las decisiones que se tomen. Se concluyó que los negocios exitosos surgen por ideas sólidas, bien ejecutadas y su relación con el compromiso y esfuerzo que ponga el emprendedor en su proyecto.

Las mujeres de edad madura, es decir por encima de los 35 años de edad, representan la mayor cantidad de emprendedoras integradas en el proyecto. Se aprecia que la madurez en la vida, aunada a las responsabilidades personales y familiares, influyen directamente en la necesidad de emprender. Otro factor imperante en esta necesidad son las pocas oportunidades laborales a las que tienen acceso.

5.1.2 Recomendaciones.

Dentro del perfil de las emprendedoras del sector agrícola, se pretende que sus emprendimientos resurjan luego de las capacitaciones brindadas. Por tal razón, se les instruye a que continúen en capacitaciones similares donde sus negocios puedan crecer. En vista de que son mujeres que no cuentan con un apoyo fijo de las instituciones gubernamentales, es importante que aprovechen las capacitaciones, charlas, que brinda principalmente, el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), de manera que puedan incorporarse a nuevos programas que fomenten la cadena de valor de sus negocios.

Relacionado con La Cadena de Valor, al no contar con un conocimiento amplio de los beneficios que este concepto encierra, es importante instruir a las emprendedoras sobre sus beneficios, por ello, esta capacitación brindada por el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU). El propósito de esta entidad pretendía que las mujeres logaran adquirir aprendizajes en este sentido, mediante una serie de sesiones desarrolladas con ellas. De esta forma, se pondrían en práctica las diferentes actividades, el reconocer si su empresa realmente estaba respondiendo de esta teoría; asimismo, reconocer las desventajas que encierra el saber implementarlo y buscar la manera de aplicarlo en todos sus procesos.

Además, poder brindar seguimiento post-capacitaciones que les permita continuar aplicando los conocimientos adquiridos en las sesiones, con el fin de lograr un mejor desarrollo de los negocios de estas emprendedoras, con miras a generar un mayor impacto en cada una de las áreas que implica desarrollar un negocio.

Con respecto al objetivo número tres, se recomienda al Instituto Nacional de la Mujer (INAMU), a diseñar las fichas de actividades y documentos de aprendizajes con menor dificultad, debido a que el sector empresarial seleccionado presenta baja escolaridad, por lo cual tienen dificultad a la hora de completar las actividades asignadas; muchas de ellas

solicitaban más tiempo de lo establecido para poder completarlas, a pesar de que se les proporcionaba ayuda cuando lo requerían.

La capacitación es esencial para poder sacar adelante estos emprendimientos. Hoy en día, gracias a los avances tecnológicos, existen muchas maneras de recibir capacitación, por lo que las emprendedoras deben buscar el medio a su alcance para estar al día con capacitaciones de calidad que les permitan mejorar sus emprendimientos. Al respecto, las instituciones públicas deben hacerse cargo de brindar capacitaciones de calidad que permitan a los emprendedores estar a la vanguardia y edificar sus empresas de manera sostenible.

Desde esta perspectiva, es conveniente tomar en cuenta que las emprendedoras tienen muchos deseos de superación y han sido capaces de sostener sus emprendimientos con los escasos recursos disponibles. Es de suma importancia que las instituciones y el gobierno den el respaldo y acompañamiento a las emprendedoras. Mediante este soporte, ellas pueden desarrollarse de una mejor manera y lograr el crecimiento de sus negocios, lo cual beneficiará a todos los sectores de la sociedad, desde sus propias familias, hasta el sistema productivo del país de manera general.

6 Bibliografía

Bibliografía.

Arévalo J María Camila. Importancia de la gestión de riesgos dentro de las empresas, (29 de mayo, 2019). Blog Cero, recuperado de: <https://www.riesgoscero.com/blog/conozca-la-importancia-de-la-gestion-de-riesgos-dentro-de-las-empresas> .

Banco BBVA(11 de diciembre del 2020) Definición de emprendimiento. Recuperado de <https://www.bbva.com.ar/economia-para-tu-dia-a-dia/emprendedores/bbva-te-cuenta-que-es-ser-emprendedor.html>

Barquero. K (2021) Programa del Inder busca la reactivación productiva en los 29 territorios rurales. Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/programa-del-inder-busca-la-reactivacion-productiva-en-los-29-territorios-rurales>

Banco Interamericano de Desarrollo (2021) BID y socios lanzan programa para potenciar empresarias en comercio y cadenas de valor. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-y-socios-lanzan-programa-para-potenciar-empresarias-en-comercio-y-cadenas-de-valor>

Cámara de Comercio de Costa Rica (2022) Programa Mujer Empresaria. Recuperado de: <https://camara-comercio.com/programa-mujer-empresaria/>

Casillas. T y Martí. J (2011) Guía para la creación de empresas. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=Lohjoe-zuvwC&dq=concepto+de+Servicio+post+ventas&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Celeste Cao (31 de julio del 2019). Definición de tiempo. Recuperado de <https://ldefinicion.com/tiempo/>

Certus. (24 de abril del 2020). Definición de la cadena de valor. Recuperado de <https://www.certus.edu.pe/blog/que-es-cadena-valor/>

Coelho, F. (05 de 02 de 2021). Hipótesis de trabajo. Obtenido de <https://www.significados.com/hipotesis/>

Coll. F (2020) Compras. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/compra.html#:~:text=La%20compra%20es%20la%20acci%C3%B3n,de%20otra%20operaci%C3%B3n%20denominada%20venta>

Cordero. C (2019) Estos son algunos programas para mipymes rurales y de mujeres del IMAS, INAMU y MAG. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/estos-son-algunos-programas-para-mipymes-rurales-y/WG57WXAHOVCCDLCSFW4UUFHEKE/story/>

Dynamic (11 de diciembre del 2020). Michel Porter. Recuperado de <https://www.dynamicgc.es/cadena-de-valor-porter/>

Editorial Etecé, (2020). Definición de Producto, Servicio. Recuperado de <https://concepto.de/producto/>

Editorial Etecé, (14 de agosto del 2020). Definición de capacitación. Recuperado de <https://concepto.de/producto/>

Enrique Rus Arias (2022). Definición de ejecución de plan. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/ejecucion-de-un-proyecto.html>

Euroinnova Business School(17 de diciembre de 2021). Definición de calidad. Recuperado de <https://www.euroinnova.cr/blog/que-es-calidad-segun-autores>

Euroinnova Business School (04de enero de 2022). Definición de medición. Recuperado de <https://www.euroinnova.cr/blog/que-es-calidad-segun-autores>

Gehisy(2016). Cadena de valor McKinsey, Obtenido de <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-de-contexto-cadenas-valor-mc-kinsey-porter/>

Google Earth. (16 de 04 de 2021). Ubicación del Instituto Nacional de la Mujer, sede Liberia. Obtenido de <https://earth.google.com/web/search/inamu+guancaste/@10.40292199,-85.23099861,-35.86153037a,325004.52497251d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCQWhoqKgIzRAEQOhoqKgIzTAGVDm3oBecTTAie7bC-sUg17A>

Guillermo (2021). Definición de Muestreo, Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestreo.html>

Guillermo Westreicher (19 de junio del 2020). Definición de actividad de contingencia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/contingencia.html>

Herrera Rodríguez J (2018). Definición de Paradigma Naturalista. Recuperado de https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173

Iberanfico (29 de julio del 2019). Que es un plan de negocio. Recuperado de <https://anfico.es/estructura-plan-de-negocio/>

Iberanfico (29 de julio del 2019). Definición Análisis Interno. Recuperado de <https://anfico.es/estructura-plan-de-negocio/>

Iberanfico (29 de julio del 2019). Definición Estudio de Mercado. Recuperado de <https://anfico.es/estructura-plan-de-negocio/>

Instituto Mixto de Ayuda Social (2017) 90 mujeres beneficiarias del IMAS comenzaron su capacitación en plan de negocios. Recuperado de:

<https://www.imas.go.cr/es/comunicado/90-mujeres-beneficiarias-del-imas-comenzaron-su-capacitacion-en-plan-de-negocios>

Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). (2019). *Proyecto Emprende*. Obtenido de Pymes Costa Rica: <https://www.inamu.go.cr/web/inamu/proyecto-emprende1>

Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU). (2020). Guía de trabajo individual 1. Obtenido de: Asesoría virtual dirigida a mujeres empresarias 2020[34].pdf

Instituto Nacional de las Mujeres (2020) Afectaciones del COVID-19 en la vida de las mujeres en Costa Rica. Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/cri_inamu_afectaciones_del_covid-19_en_la_vida_de_las_mujeres_201214.pdf

Jaime H. (2018). Planeación Estratégica. Recuperado de <https://www.holmeshr.com/blog/planeacion-estrategica/>

Jsoluciones (23 de junio del 2020). Planeación Estratégica. Recuperado de <https://jsolucion.com/2020/06/23/gestion-de-servicios-de-ti-y-lo-nuevo-de-itol-4/>

Julia Martins (11 de diciembre del 2020). Definición de objetivo. Recuperado de <https://asana.com/es/resources/how-project-objectives>

López José (20 de febrero del 2019). Definición de Logística de salida. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/logistica-de-distribucion.html>

Manzana L (21 de julio del 2021). Definición de Recursos Humanos. Recuperado de <https://ldefinicion.com/recursos-humanos/>

Mata Solis D (21 de mayo del 2019). Definición de enfoque cuantitativo. Recuperado de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cuantitativo-de-investigacion/>

Mata Solis D (28 de mayo del 2019). Definición de enfoque cualitativo. Recuperado de <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>

Miguel Mirián (12 de enero del 2021). Que es un plan de negocio. Recuperado de <https://lanzadera.es/como-hacer-plan-negocios/>

Miriam Quiroa (2021). Proceso de planificación. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-planificacion.html>

Múñiz, G. (2017). *Check-list para el diagnóstico empresarial: Una herramienta clave para el control de gestión. Control de Gestión*. Editor: Profit Editorial, 2017.

OBS Business School (10 de junio del 2021) Que es un plan de gestión de riesgo. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/el-plan-de-gestion-de-riesgos-como-se-hace>

Orozco Cecilia (10 de octubre del 2020). Definición de logística de entrada. Recuperado de <https://guiadelempresario.com/logistica/de-entrada/>

P&A Group (12 de agosto del 2020). Definición de tiempo. Recuperado de <https://grupopya.com/recursos-definicion-tipologia-la-empresa/>

Pepe González (03 de septiembre del 2020) Definición Cadena de valor de Servicio. Recuperado de <https://ppglzr.medium.com/itil-4-el-sistema-de-valor-del-servicio-y-la-cadena-de-valor-del-servicio-cual-la-diferencia-ccaac6494235>

Pineiro Gloriana (07 de abril del 2021) Definición del Paradigma. Recuperado de <https://aleph.org.mx/que-es-el-paradigma-de-la-investigacion-ejemplos>

Presidencia de la República (2021). Pymes de guanacaste cuentan con asesorías gratuitas en el centro de desarrollo empresarial de liberia. Recuperado de:

<https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/03/pymes-de-guanacaste-cuentan-con-asesorias-gratuitas-en-el-centro-de-desarrollo-empresarial-de-liberia/>

Prieto, C. (2017). *Emprendimiento, conceptos y plan de negocios*. México: Pearson Education México S.A. de C.V.

Questionpro(14 de abril del 2021). Definición de enfoque mixto. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>

Questionpro (2022). Definición de Investigación Exploratoria. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-exploratoria/>

Questionpro (2022). Definición de investigación descriptivo. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-cuantitativa/>

Questionpro (2022). Definición de Investigación explicativa. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-explicativa/>

Quiroa Myriam (07 de febrero del 2020). Definición de producción. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>

Rodríguez Calderón María Fernanda (16 de febrero del 2021). Definición de tecnología. Recuperado de <https://delfino.cr/2021/02/la-influencia-de-la-tecnologia-en-la-cadena-de-valor-genera-gran-rentabilidad-a-las-empresas>

Roldán Paula (24 de agosto del 2018). Definición Infraestructura. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/infraestructura.html>

Sumup (25 de agosto del 2021). Definición de empresa. Recuperado de <https://sumup.es/facturas/glosario/empresa/>

Umaña, V. 2016. Sector agrícola puede y debe ser más competitivo. La Nación, Opinión, 07 de abril de 2016. San José, Costa Rica p. 27A. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/agrocost/article/view/33785>

Universidad de Alcalá de Henares (24 de diciembre del 2018). Termino Cuantitativo. Recuperado de: <https://www.master-finanzas-cuantitativas.com/que-es-analisis-cuantitativo/>

Zamarreño, G (2020) Marketing. Recuperado de: https://books.google.co.cr/booksid=PsjlDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+marketing+y+ventas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi5z4SV8O3vAhXPMVkJFHQ_4CdsQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q=concepto%20de%20marketing%20y%20ventas&f=false

7 Anexos

6.1 Perfil del encuestado.

PERFIL DEL ENCUESTADO



Objetivo general del estudio: Desarrollar un programa potenciador de la cadena de valor dirigido a mujeres empresarias del sector agrícola, en colaboración con el Instituto Nacional de la Mujer Región Chorotega, Liberia, para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia COVID-19.

Tema de la investigación: Asesoría para el fortalecimiento de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), Región Chorotega, para el desarrollo del programa de asesoría virtual e identificación de riesgos producidos por la pandemia, Liberia, 2021.

Esta encuesta forma parte del Proyecto Programado por los estudiantes María Dina Coronado Acevedo, César Montero Ramírez, Carolina Romero García, para la obtención del grado de Licenciatura en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Nacional, Sede Liberia.

Instrucciones:

1. Conteste las siguientes preguntas, su información es muy importante para la investigación.
2. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión personal.
3. Si en alguna pregunta tiene alguna duda o comentario, con gusto puede

preguntarme directamente.

4. La encuesta tiene una duración aproximada de 15 minutos.
5. Al completar la encuesta, da su consentimiento para utilizar la información necesaria que permita desarrollar el estudio indicado.
6. En el caso de cualquier duda adicional, puede escribir al correo: cromero@est.utn.ac.cr

Conteste las siguientes interrogantes:

Perfil del encuestado

a. Nivel académico:

Primaria completa () Secundaria completa () Universidad completa ()

b. Rango de edad: De 20 hasta 25 años () De 25 hasta 30 años () De 30 hasta 35 años () Más de 35 ()

c. Ocupación: _____

d. Lugar de residencia: _____

e. Modelo de negocio: _____

f. Rango de ingresos mensuales

De ₡50 000 hasta ₡100 000 () De ₡100 000 hasta ₡150 000 () De ₡150 000 hasta ₡200 000 ()

Más de ₡200 000 ()

Muchas gracias por su colaboración.

6.2 Diagnóstico previo a la capacitación.

DIAGNÓSTICO PREVIO A LA CAPACITACIÓN



Objetivo general del estudio: Desarrollar un programa potenciador de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, en colaboración con el Instituto Nacional de la Mujer Región Chorotega, Liberia, para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia COVID-19.

Tema de la investigación: Asesoría para el potenciamiento de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), Región Chorotega, para el desarrollo del Programa de Asesoría Virtual e Identificación de Riesgos producidos por la pandemia Liberia, 2021.

Esta encuesta forma parte del Proyecto Programado a cargo de los estudiantes María Dina Coronado Acevedo, Cesar Montero Ramírez, Carolina Romero García, para la obtención del grado de Licenciatura en Gestión y administración Empresarial de la Universidad Técnica Nacional, Sede Liberia.

Instrucciones:

7. Conteste las siguientes preguntas, su información es muy importante para la investigación.
8. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión personal.
9. Si en alguna pregunta tiene alguna duda o comentario, con gusto puede

preguntarme directamente.

10. La encuesta tiene una duración aproximada de 15 minutos.

11. Al completar la encuesta, da su consentimiento para utilizar la información requerida en el estudio indicado.

12. En el caso de cualquier duda adicional, puede escribir al correo:
cromero@est.utn.ac.cr

Conteste las siguientes interrogantes:

Objetivo:1. Identificar características para facilitar el acceso a capacitaciones dirigidas a mujeres emprendedoras del sector agrícola

1. ¿A qué tipo de dispositivos electrónicos tiene acceso? (puede marcar más de una respuesta).

Teléfono celular inteligente (Smartphone)

Computadora

Tablet

Ninguno

Otro (especifique): _____

2. ¿Cuenta con acceso a internet para poder acceder a asesorías en modalidad virtual o clases en línea?

Sí

No

3. ¿Ha utilizado las diferentes aplicaciones modalidad remota existentes de manera previa? (Zoom, Meet, Teams).
- Sí
- No
4. ¿De qué forma ha utilizado previamente las diferentes aplicaciones modalidad remota existentes? (Zoom, Meet, Teams).
- Entretenimiento
- Educación
- Motivos laborales
- Comprar o vender productos
- Otro (especifique): _____

Objetivo 2: Definir conocimientos sobre temas relacionados con modelos de negocios y la cadena de valor.

5. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación relacionada al tema empresarial previa?
- Sí
- No

Otro (especifique): _____

6. ¿Ha escuchado hablar sobre la cadena de valor?
- Sí
- No
7. ¿Cuenta con algún plan de riesgos para cualquier eventualidad en su negocio, como lo fue en el caso del COVID-19?

() Sí

() No

Objetivo 3: conocer los modelos de negocio de las participantes en las capacitaciones

8. ¿Cuáles son los principales productos que ofrecen y producen en su negocio

9. ¿Cuánto tiempo tiene como productora en el campo de la agricultura?

() 1 año

() 2 años

() 3 años

() Otro (especifique): _____

10. ¿Considera que cuenta con las instalaciones idóneas para el desarrollo de su negocio?

11. Comente, ¿Qué tipo de información o tema de capacitación considera necesita para mejorar su negocio?

12. ¿Cuál ha sido el mayor impacto que ha tenido su negocio como resultado de la pandemia COVID-19?

13. ¿Cuál es la principal forma de comercializar sus productos?

- Local propio
- Proveedor
- Ferias del agricultor
- Otro (especifique): _____

Muchas gracias por su colaboración.

6.3 Diagnóstico de valuación post-capacitación.



DIAGNÓSTICO DE VALUACIÓN POST-CAPACITACIÓN

Objetivo general del estudio: Desarrollar un programa potenciador de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, en colaboración con el Instituto Nacional de la Mujer Región Chorotega, Liberia, para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia COVID-19.

Tema de la investigación: Asesoría para el potenciamiento de la cadena de valor dirigida a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), Región Chorotega, para el desarrollo del Programa de Asesoría Virtual e Identificación de Resgos producidos por la pandemia, Liberia, 2021.

Esta encuesta forma parte del Proyecto Programado por los estudiantes María Dina Coronado Acevedo, César Montero Ramírez, Carolina Romero García, para la obtención del grado de Licenciatura en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Nacional.

Instrucciones:

13. Conteste las siguientes preguntas, su información es muy importante para la investigación.
14. No hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión personal.

15. Si en alguna pregunta tiene alguna duda o comentario, con gusto puede preguntarme directamente.
16. La encuesta tiene una duración aproximada de 15 minutos.
17. Al completar la encuesta, da su consentimiento para usar la información para el trabajo de investigación indicado.
18. En el caso de cualquier duda adicional, puede escribir al correo: cromero@est.utn.ac.cr

Conteste las siguientes interrogantes:

Objetivo:1. Identificar las principales habilidades empresariales adquiridas en la capacitación mediante las asesorías virtuales

1. ¿Qué tan provechosa considera su participación en las capacitaciones brindadas?

- Buena
- Regular
- No tan buena
- Otro (especifique): _____

14. ¿Cuáles son las principales capacidades y habilidades que obtuvo mediante las capacitaciones?

- Liderazgo
- Toma de decisión
- Capacidad de negociación
- Adaptación a cambios

15. ¿Está dispuesta a seguir recibiendo capacitaciones empresariales?

Sí

No

Objetivo 2: Definir conocimientos sobre temas relacionados con modelos de negocios y la cadena de valor.

16. ¿Ha podido implementar un espacio diferenciado y adecuado en su negocio?

Sí

No

Otro (especifique): _____

17. ¿Considera que su conocimiento respecto a la cadena de valor es mejor, luego de las capacitaciones?

Sí

No

Justifique su respuesta: _____

18. ¿Cuenta con algún plan de riesgos para cualquier eventualidad en su negocio, como fue en el caso del COVID-19?

Si

No

Objetivo 3: Conocer cambios implantados en los modelos de negocio de las participantes en las capacitaciones

1. ¿Qué mejoras ha podido aplicar en su producto?

-
2. Comente ¿Le ha introducido elementos diferenciadores a su producto?

3. ¿Considera que cuenta con las instalaciones idóneas para el desarrollo de su negocio?

4. Comente, ¿considera que la información recibida en la capacitación ha ayudado para mejorar su negocio?

5. ¿Cuál ha sido el mayor cambio en su negocio que ha implementado en cuanto a la cadena de valor? Infraestructura, ventas, logística, etc.

Muchas gracias por su colaboración

6.4 Ficha técnica, Guía de trabajo individual # 1



Propuesta de asesoría virtual dirigida a mujeres empresarias para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia Covid-19 desde la perspectiva de género.



Anexo 2

Guía de trabajo individual 1

¿Cómo era nuestra empresa antes de la emergencia nacional?

Favor responder las siguientes preguntas pensando en sus empresas **antes de la emergencia nacional:**

Preguntas	Respuestas
¿Cómo inició su negocio?	
¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene su negocio?	
¿Con quiénes trabajaba?	
¿Cuántos clientes tenía y quiénes eran?	
¿Cuáles productos tenía?, ¿qué tiene su producto para que la gente lo compre o lo consuma?	
¿A quién le compraba la materia prima?	
¿Dónde almacenaba su materia prima?	
¿Dónde produce?,	
¿Cómo produce?	
¿Cómo establecía el precio de su producto?	
¿Y dónde comercializaba?	

Las respuestas a esas preguntas deberán ser elaboradas en un documento físico o digital.

Figura25. Ficha técnica. Primera guía de trabajo individual la cual deben realizar las emprendedoras del sector agro. Adaptación: (INAMU,2020).

6.5 Imágenes de la asesoría.



Figura 26. Primera clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

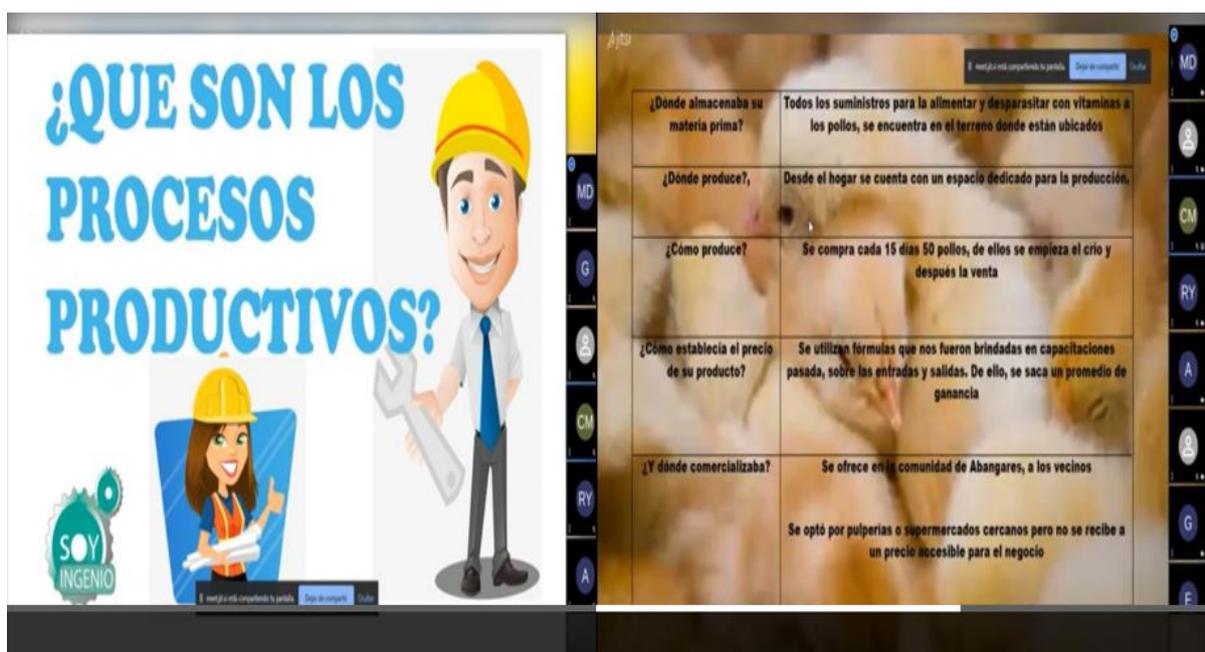


Figura 27. Segunda clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).



Anexo 3

Pasos	Actividad	Descripcion de la actividad	Debilidad	Fortaleza
1	¿Tengo conocimiento de cómo determinar el costo de mis productos?	Por medio de formulas que brindaron en la capacitación.	Falta de conocimiento en el tema	Se realizo una capacitación sobre costos de producción
2	¿Quiénes trabajan en el lugar?	Mi familia (Mama, papa), jornaleros (empleados para realizar diferentes actividades como chaplas, recolección, etc)	Poco personal	La familia aporta su ayuda cuando es necesaria
3	¿Dónde Produzco?	Terreno para producir, además de un ambiente protegido para las hortalizas	Poco capital	-Terreno propio. -Cuento con el terreno para sembrar
4	¿Tengo un procedimiento para llevar la contabilidad y finanzas de mi empresa?	Se lleva un registro manual de los gastos de mano de obra	Poco conocimiento en contabilidad y finanzas	Se llevo una capacitación para aprender a llevar la contabilidad de cada producto vendido.

Figura 28. Tercera clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).



	CADENA DE VALOR			
	Infraestructura	Recursos Humanos	Tecnología	Compras
Actividades de la empresa	Diseño de la infraestructura de la empresa. ¿El lugar propio o alquilado? -Lugar propio, en el hogar. ¿Tiene un espacio diferenciado y adecuado? -Si tiempo escaso diferenciado por cuadros. ¿Cuenta con permisos? (funcionamiento, patente, tributación) -Cuento con tributación. ¿Planificación, contabilidad y finanzas? -Cuento con contabilidad.	Selección de personal: ¿Quiénes trabajan en el lugar? -Familia (Mi persona, esposo e hijo). ¿Las personas colaboradoras tienen seguro? -Si (Seguro familiar). ¿Hay políticas de vida? -Si, cuento con póliza de vida (mi esposo y yo). ¿Reciben salario? -No, se tiene un salario específico debido a que se toma dependiente de...	Innovación: ¿Qué máquinas, y equipos tiene? -Bomba de riego y sumergible, moto sierra, guadaña y volador. ¿Ha recibido capacitación para innovar su producto? - Actualmente no. ¿La ha introducido elementos diferenciadores a su producto? ¿cuáles? - Actualmente no.	Adquisición de insumos o materias primas: ¿Qué materias e insumos adquiere? -Fertilizantes, nutrientes, fertilizantes físicos, bacterias benéficas. ¿Cada cuánto los adquiere? - Cuando del material, los amigos se obtienen semanalmente y lo demás mensualmente. ¿Es su materia prima muy costosa o poco costosa? -Muy costosa.
	Capacitación: ¿Qué capacitación ha recibido en lo que la empresa hace? -Actualmente estoy desarrollando la cadena de valor. -Curso de hidroponía. ¿Tiene su empresa con conocimientos sobre empresarialidad? -No, inicio con conocimiento, pero empresa por necesidad económica y salud. ¿Tiene preparación para sacar costos? -No tengo conocimiento.	Selección de proveedores: ¿Cuáles son los parámetros utilizados para seleccionar a los proveedores ideales para cada materia prima? -Debido a falta de variedad de proveedores no puedo analizar ciertos aspectos. ¿Tiene facilidad para conseguir proveedores? ¿Hay muchos o solo uno? -Solo tengo dos proveedores.		



Figura 29. Cuarta clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Factores de riesgos de la mujeres empresarias

Área de Riesgo	Factor de riesgo	Presente en mi actividad empresarial Sí o No	¿De qué manera?
II. Reproducción de la fuerza de trabajo	Escasez de trabajo respecto a las microempresas y otras mujeres que trabajan con ella	Sí	Poco personal no tener coherencia económica para pagar uno o tres parámetros
	Los salarios no son suficientes	Sí	Salario muy bajo poco remunerado
	No hay cobertura del Seguro Social para las microempresas y el personal contratado	Sí	No contamos con seguros para toda la familia

Área de Riesgo	Factor de riesgo	Presente en mi actividad empresarial Sí o No	¿De qué manera?
III. Tareas reproductivas y de cuidado en la familia	Asignación desigual del trabajo doméstico	Sí	Cabo encargarme del hogar y la empresa y preparar los ingresos necesarios día a día
	Subcarga de trabajo	Sí	Demanda implícita para el estado formal, la capacitación técnica, empleos de calidad. Muchas veces en cambio, pero al final se agota la capacidad humana
	Éxito de la empresa absorbidos por las necesidades familiares	Sí	Administración pagos de servicios materia prima y transportes
	Contaminación a las necesidades propias	Sí	Tendemos a descuidar algunas cosas importantes

Figura 30. Quinta clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Cadena de Valor

Lección 7

¡Juntos! Emprendamos. Compartamos.

Lección 7

COMPONENTES	DESCRIPCIÓN	¿Cuáles actividades de su cadena de valor aportan el valor que se le agrega a la materia prima o al servicio (y)?	Factores de riesgo
1. Tipo de estado (límite utilizado para recibir la materia prima) ¿Qué proceso le da su materia prima? ¿Cómo se relaciona con el negocio de su emprendimiento? ¿Cuántos de sus proveedores aportan? ¿Qué controles tiene para evitar la materia prima para su negocio de calidad y cantidad que usted requiere?	Definir el flujo de procesos para el producto de su calidad, en la empresa, en un momento oportuno, utilizar cuatro de ellos en su negocio.		
2. Tipo de estado (límite utilizado para recibir la materia prima) ¿Qué proceso le da su materia prima? ¿Cómo se relaciona con el negocio de su emprendimiento? ¿Cuántos de sus proveedores aportan? ¿Qué controles tiene para evitar la materia prima para su negocio de calidad y cantidad que usted requiere?	Definir el flujo de procesos para el producto de su calidad, en la empresa, en un momento oportuno, utilizar cuatro de ellos en su negocio.		
3. Tipo de estado (límite utilizado para recibir la materia prima) ¿Qué proceso le da su materia prima? ¿Cómo se relaciona con el negocio de su emprendimiento? ¿Cuántos de sus proveedores aportan? ¿Qué controles tiene para evitar la materia prima para su negocio de calidad y cantidad que usted requiere?	Definir el flujo de procesos para el producto de su calidad, en la empresa, en un momento oportuno, utilizar cuatro de ellos en su negocio.		

Figura 31. Sexta clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Instrucciones: En la siguiente tabla se muestran los diferentes componentes de la cadena de valor, tal y como lo vimos en el video y el texto. ¿Qué es la Cadena de Valor? Su trabajo ahora consiste en llenar cada una de las casillas con la información que usted pudo identificar en la tarea anterior. El proceso productivo. Las preguntas tienen el propósito de guiar el llenado de las casillas.

COMPONENTES	DESCRIPCIÓN	¿cuáles actividades de su cadena de valor aportan el valor que su (s) cliente (s) le (s) a su producto (s) o servicio?
1. Logística de entrada (Método utilizado para recibir la materia prima) ¿Qué proceso lleva su materia prima? ¿Cuenta con equipo para su almacenaje y preservación? ¿Requiere de algún tratamiento adicional? ¿Qué controles lleva para revisar la materia prima para que sea de la calidad y cantidad que usted requiere?	Proceso: Cuando llega la materia prima se clasifica y empaqa en estafones plásticos para evitar humedad y contaminación. Equipo para su almacenaje y preservación. Utilizo estafones plásticos para almacenar el concentrado. Control: Se revisa que todo venga en buen estado y que la fecha de caducidad sea la última. Se almacena en la bodega del galpón.	X X X X
Almacenaje (Descripción del control de inventarios) ¿Tiene...

MUCHAS GRACIAS POR PARTICIPAR EN LA CAPACITACIÓN

Propuesta de Asesoría virtual dirigida a mujeres empresarias para la identificación y gestión de riesgos producidos por la Pandemia COVID-19.

Figura 32. Séptima clase del taller virtual. Adaptación: Grupo de Investigación (2021).

Liberia, 18 de abril de 2022.

Señor
 Julio Esquivel González
 Director Carrera
 Gestión y Administración Empresarial
 Universidad Técnica Nacional
 Cañas

Respetable señor:

ASUNTO: Aval Trabajo Final de Graduación.

El suscrito JORGE ALVARADO VARGAS, portador de la cédula de identidad número 503380080, en mi condición de TUTOR, y conforme lo establece el artículo 19 del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, formalmente extendiendo AVAL para someter a aprobación el Trabajo Final de Graduación, la propuesta de investigación denominada "ASESORÍA PARA EL POTENCIAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DIRIGIDA A MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS POR EL INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INAMU), REGIÓN CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE ASESORÍA VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA PANDEMIA LIBERIA, 2021.", cuyos sustentantes son: MARÍA DINA CORONADO ACEVEDO, CÉSAR ANTONIO MONTERO RAMÍREZ Y CAROLINA DE LOS ÁNGELES ROMERO GARCÍA.

Manifiesto que el trabajo supracitado cumple con los requisitos formales que se indican en Anexo I del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, para que sea sometido a aprobación el anteproyecto por parte de la Comisión Trabajos Finales de Graduación, conforme lo prescribe el artículo 9° del reglamento antes citado.

Sin otro particular, se suscribe;

 **JORGE EDUARDO ALVARADO VARGAS (FIRMA)**
 Firmado digitalmente por
 JORGE EDUARDO ALVARADO
 VARGAS (FIRMA)
 Fecha: 2022.04.18 11:00:10
 -0600
Jorge Alvarado Vargas
 Docente

Cc: Archivo UTN 2022



INFORME DE LECTOR DE TFG

Estudiantes: Coronado Acevedo María Dina, Montero Martínez César Antonio, Romero García Carolina de los Ángeles

Tema del Proyecto Final de Graduación: Asesoría para potenciar la Cadena de Valor, dirigido a mujeres empresarias del sector agrícola, seleccionadas por el Instituto de Nacional de las Mujeres (INAMU), Región Chorotega, para el desarrollo del programa asesoría virtual e identificación de riesgos producidos por la pandemia, Liberia, 2021

Profesor lector: MAP. Jorge Luis Loáiciga Gutiérrez

Firma: JORGE LUIS
LOAICIGA
GUTIERREZ
(FIRMA)

Firmado digitalmente por
JORGE LUIS
LOAICIGA
GUTIERREZ (FIRMA)
Fecha: 2022.04.07
21:57:14 -06'00'

Fecha: 07 de abril de 2022

Teléfono: 8348-2042

E-mail: jloaicigag@utn.ac.cr

CRITERIO DE MERITO: APROBADO (X) REPROBADO __

**He revisado el TFG y el mismo cuenta con mi visto bueno, los objetivos generales y específicos

CUADRO APROBACIÓN

Requerimientos TFG	Si o No Cumple	Observaciones
Resumen Ejecutivo		
Presenta en forma aceptable y resumida antecedentes, objetivos, metodología, resultados y recomendaciones.	SI	
1) Introducción del TFG		
Incluye en forma aceptable los antecedentes, la problemática y la justificación del proyecto, así como sus objetivos generales y específicos.	SI	
2) Marco Teórico del TFG		
Incluye los elementos teóricos relacionados con estudio, incluyendo el marco referencial de la institución.	SI	
3) Marco Metodológico del TFG		
Se identifican y describen métodos, técnicas, procedimientos y herramientas de la investigación.	SI	
4) Presentación y análisis de resultados		
Se presentan aportes para las organizaciones involucradas, al conocimiento e innovación.	SI	
5) Conclusiones y recomendaciones		
Coherentes y ligadas a los objetivos.	SI	

Puntarenas 31 de marzo del 2022.

Señores:

MBA. Julio Esquivel

Coordinador de carrera GAE.

MBA. Jorge Alvarado.

Tutor

Estudiantes:

CORONADO ACEVEDO MARIA DINA

MONTERO MARTÍNEZ CESAR ANTONIO

ROMERO GARCIA CAROLINA DE LOS ANGELES

Tema:

ASESORÍA PARA EL POTENCIAMIENTO DE LA CADENA DE VALOR DIRIGIDA A MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS POR EL INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INAMU), REGIÓN CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE ASESORÍA VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA PANDEMIA LIBERIA, 2021.

Sirva la presente para saludar y a la vez pasar a felicitarles por su trabajo arduo y sacrificio, debo disculparme por mi atraso lo cual se ha debido a una incapacidad medica que he tenido y aunado a problemas fuertes de equipo de cómputo personal, sin embargo, de esta manera les indico que he revisado a fondo lo solicitado y agradezco su excelente desarrollo, preocupación y tenacidad, por lo anterior doy el Visto Bueno a correcciones y aval.

Deseo expresarles puntualmente, algo que por experiencia lo hemos notado en anteriores TFG presentados y que espero no sea lo mismo con ustedes, y es con referente a la revisión de la filóloga o filólogo, que de una u otra manera quien pagan por esa revisión son ustedes, y lo anterior obedece a que nos hemos encontrado faltas ortográficas muy evidentes, para con lo cual y para curarse en salud, les invito a que una vez que quien revise el documento y se los entregue tomen y tiempo los tres y vuelvan a leer.

Atentamente,



MBA. LIC. Allen Gerardo Solórzano Salas.
DOCENTE LECTOR UTN.

Cc/ archivos.

Carta de Filóloga

Constancia

La suscrita, profesional en Filología española, incorporada al Colegio de Licenciados y profesores, con número de carné 005632, vecina de Liberia, Guanacaste, portadora de cédula de identidad 5-145-293, por este medio hago constar que revisé la composición y estilo del Informe Final de Proyecto de Graduación, titulado

ASESORÍA PARA POTENCIAR LA CADENA DE VALOR, DIRIGIDA A MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS POR INSTITUTO NACIONAL DE MUJERES (INAMU), REGIÓN CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA ASESORÍA VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA PANDEMIA. LIBERIA, 2021.

Este Informe Final de Graduación será presentado ante la Universidad Técnica Nacional, Sede Guanacaste, como requisito para optar por el grado académico de Licenciatura en Gestión y Administración Empresarial, diseñado por los sustentantes

CORONADO ACEVEDO MARÍA DINA

MONTERO MARTÍNEZ CÉSAR ANTONIO

ROMERO GARCÍA CAROLINA DE LOS ÁNGELES

Se realizaron correcciones morfosintácticas, acorde con la normativa lingüística del idioma Español.

No omito aclarar que las modificaciones posteriores a esta fecha, no son de mi responsabilidad.

Extiendo esta constancia en la ciudad de Liberia, a los siete días del mes de abril del año 2022.

Atentamente,


María Cristina López Morales

Cédula 5-145-293 / Código de colegiada 005632

Anexo IV
CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO Y MANEJO DE LOS TRABAJOS
FINALES DE GRADUACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL
(Trabajo colectivo)

Liberia, 26 de abril de 2022.

Señores
 Vicerrectoría de Investigación
 Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales

Estimados señores:

Nombre de sustentantes	Cédula
Carolina Romero García	155811561421
María Dina Coronado Acevedo	116120650
César Montero Martínez	504060146

Nosotros en calidad de autores del trabajo de graduación titulado:

ASESORÍA PARA POTENCIAR LA CADENA DE VALOR, DIRIGIDA A
 MUJERES EMPRESARIAS DEL SECTOR AGRÍCOLA, SELECCIONADAS
 POR INSTITUTO NACIONAL DE MUJERES (INAMU), REGIÓN
 CHOROTEGA, PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA ASESORÍA
 VIRTUAL E IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS PRODUCIDOS POR LA
 PANDEMIA. LIBERIA, 2021.

El cual se presenta bajo la modalidad de:

Seminario de Graduación

Proyecto de Graduación

Tesis de Graduación

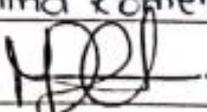
Presentado en la fecha 26/04/2022, autorizamos a la Universidad Técnica Nacional, sede

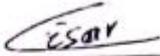
Liberia, Guanacaste, para que nuestro trabajo pueda ser manejado de la siguiente manera:

Autorizamos	SI	No
Conservación de ejemplares para préstamo y consulta física en biblioteca	X	
Inclusión en el catálogo digital del SIBIREDI (Cita catalográfica)	X	
Comunicación y divulgación a través del Repositorio Institucional	X	
Resumen (Describe en forma breve el contenido del documento)	X	
Consulta electrónica con texto protegido	X	
Descarga electrónica del documento en texto completo protegido	X	
Inclusión en bases de datos y sitios web que se encuentren en convenio con la Universidad Técnica Nacional contando con las mismas condiciones y limitaciones aquí establecidas.	X	

Por otra parte declaramos que el trabajo que aquí presentamos es de plena autoría, es un esfuerzo realizado de forma conjunta, académica e intelectual con plenos elementos de originalidad y creatividad. Garantizamos que no contiene citas, ni transcripciones de forma indebida que puedan devenir en plagio, pues se ha utilizado la normativa vigente de la American Psychological Association (APA). Las citas y transcripciones utilizadas se realizan en el marco de respeto a las obras de terceros. La responsabilidad directa en el diseño y presentación son de competencia exclusiva, por tanto, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Técnica Nacional.

Conscientes de que las autorizaciones no reprimen nuestros derechos patrimoniales como autores del trabajo. Confiamos en que la Universidad Técnica Nacional respete y haga respetar nuestros derechos de propiedad intelectual.

Nombre del estudiante	Cédula	Firma
Carolina Romero García	155811561421	Carolina Romero
María Dina Coronado Acevedo	116120650	

César Montero Martínez	504060146	

Fecha: Martes 26 de abril de 2022

Anexo V

**BOLETA DE PRESENTACIÓN FORMAL DE TRABAJOS FINALES DE
GRADUACIÓN UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL**

SOBRE EL AUTOR (ES) DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN				
Primer apellido	Segundo apellido	Nombre	Número de cédula	Firma del estudiante
Romero	García	Carolina	155811561421	<i>Carolina Romero</i>
Coronado	Acevedo	María Dina	116120650	<i>Maria Dina</i>
Montero	Martínez	César	504060146	<i>Cesar</i>
Carrera a la que pertenece: Gestión y Administración Empresarial		Título obtenido: Gestión Empresarial		
Fecha de presentación: 26/04/2022				
USO EXCLUSIVO PARA EL DIRECTOR DE CARRERA Y LOS ENCARGADOS DE BIBLIOTECAS				
Verificación de documentación	Marque con (x)			
	<input type="checkbox"/>	Documento físico del trabajo final		
	<input type="checkbox"/>	Carta de autorización para uso y manejo de los trabajos finales de graduación		
	<input type="checkbox"/>	Acuso de recibido de la versión digital por parte de la Vicerrectoría de Investigación		
	<input type="checkbox"/>	Copia digital para la carrera		
	<input type="checkbox"/>	Entrega de resumen con palabras claves para biblioteca		

Nombre del Director (a) de carrera:	Firma del Director de carrera	Fecha de aprobación
Número de presentación asignado en biblioteca		
Nombre y firma del funcionario de la biblioteca que recibe:		
Sello de biblioteca		

Nota: Esta boleta debe presentarse en original a la biblioteca con copia a Director de Carrera.