



Consejo Nacional de Rectores Programa de Regionalización Interuniversitaria Perfil de Proyecto – Región Huetar Norte

Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación. (2018)

APROBACIÓN

INSTANCIA	Fecha	Oficio

Tabla de contenido

1. DATOS GENERALES.....	4
1.1 Dependencias y centros universitarios participantes.....	4
1.2 Académicas (os) participantes	4
1.3 Contra parte externa	4
1.4 Ejecución presupuestaria (adjuntar constancia financiera de la universidad)	5
2. ANTECEDENTES	5
3. JUSTIFICACIÓN	6
4. POBLACIÓN META	9
5. ARTICULACIÓN	10
6. METODOLOGÍA PROPUESTA	11
7. DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES	12
8. BENEFICIOS	13
9. PLANTEAMIENTO DE LA IIDR	13
9.1. Objetivo amplio.....	13
9.2. Objetivos específicos	13
9.3. Propósito	14
10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES POR RESULTADO.....	15
11. INDICADORES.....	16
3. SUPUESTOS POR OBJETIVO AMPLIO, PROPÓSITO, RESULTADOS Y ACTIVIDADES.....	19
4. MARCO LÓGICO.....	22
13.1 Información complementaria de los/as académicos/as	26
13.2 Matriz de implementación y seguimiento del equipo de la iniciativa.	26
5. TAREAS POR ACTIVIDADES	27
14.1 Resultado 1. Personas de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo. 27	
14.2. Resultado 2.	29
14.3. Resultado 3.	30

1. DATOS GENERALES

1.1 Dependencias y centros universitarios participantes

Dependencia Participante	Centro Universitario
Universidad Estatal a Distancia (UNED)	Centro de Investigación, Transferencia Tecnológica y Educación para el Desarrollo (CITTED)

1.2 Académicas (os) participantes

Nombre	Especialidad	Cédula	Grado académico	Jornada	Dependencia o CeU
Jose Gregorio Soro	Sociología	2-545-172	Licenciado	1/4	CITTED
Roxana Vásquez Castro	Administración de empresas	2-651-572	Licenciado	1/4	CITTED
Técnico (persona a contratar por 10 meses)	Informática	Por definir	Diplomado o Bachiller universitario	3/4 Tiempo	CITTED
Mauricio Estrada Ugalde				San Carlos	Mauricio Estrada Ugalde

1.3 Contrapartes

Institución	Siglas	Representante
Ministerio de Ciencia y Tecnología	MICITT	Ligia Zúñiga López
UNED	Dirección de Extensión	Adrián Morales, Coordinador Programa Comunicación y Tecnología
UNED	Dirección de Tecnología de Información y Comunicaciones	Vinicio Row Pérez

1.4 Ejecución presupuestaria (adjuntar constancia financiera de la universidad)

Universidad	Presupuesto Asignado	Presupuesto Ejecutado	Justificación de lo no ejecutado
UNED	7.400.400		

2. ANTECEDENTES

El Centro de Investigación, Transferencia Tecnológica, Educación para el Desarrollo (CITTED) desde sus inicios en el 2007, se ha dado a la tarea de capacitar de diferentes formas a pequeñas y medianas empresas, además de realizar acompañamientos a proyectos empresariales, así como a emprendedores en diferentes actividades comerciales, en temas de formalización, promoción y desarrollo empresarial, en la Región Huetar Norte (RHN). Sin embargo, existe una gran necesidad de que estos emprendedores y pequeños empresarios, sean alfabetizados digitales y dotados de conocimientos informáticos y tecnológicos.

En la actualidad, el mundo ha sufrido cambios muy significativos en temas relacionados a la tecnología, las generaciones más jóvenes, se han visto en la necesidad de adaptarse al cambio sufrido, tanto en el ámbito personal, como en el empresarial. La mayoría de las empresas sin importar su tamaño, requieren de la utilización de tecnologías para funcionar y competir en el mercado. Las herramientas tecnológicas y la evolución de las mismas, obligan a personas con bajo nivel de escolaridad y poco conocimiento a adaptar sus negocios y actividades.

Estando ante una era digital, donde el Internet y los equipos tecnológicos son utilizados para cualquier actividad, por la mayoría de las personas, se requiere dotar a las pequeñas empresas de capacidades para adaptar a las demandas del mercado actual, y poder competir con las demás empresas, además de poder aprovechar los recursos tecnológicos

para publicitarse y posicionarse. Deben de estar en capacidad de utilizar la firma digital, pagina web, presentación de cotizaciones en digital, publicaciones en Facebook, correo electrónico y demás.

Las empresas necesitan utilizar las herramientas tecnológicas como instrumentos para la comercialización de los productos (promoción y publicidad), y comercialización de bienes y servicios por medio del internet, según las características comerciales de cada empresa, y las facilidades de los empresarios.

El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICTT), mediante los Centros Comunitarios Inteligentes (CECI), buscan promover una Costa Rica más equitativa y prospera, reduciendo la brecha digital de oportunidades, a través de la disposición de recursos tecnológicos para toda la comunidad, esto aunado a la necesidad del Centro de Investigación, Transferencia Tecnológica, Educación para el Desarrollo (CITTED) de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) de fortalecer y potenciar a las pequeñas empresas de la Región Huetar Norte, mediante la alfabetización en herramientas computacionales, dotando de capacidades que le permitan a los empresarios realizar la promoción empresarial a través de plataformas digitales o sitios web, donde aprendan a utilizarlos como medios de promoción y comercialización, además les ayude a incrementar sus posibilidades de éxito empresarial, y estar en capacidad de competir ante las condiciones de un mercado cambiante y competitivo.

3. JUSTIFICACIÓN

Muchas de las pequeñas empresas de la Región Huetar Norte, son de base familiar y luchan por establecerse y mantenerse en el mercado. Sin embargo, esta labor se ha dificultado por la cada vez más exigente competencia la cual, por razones tecnológicas y de logística, abarca un rango geográfico que incluye no solo la región sino el país, y más allá de las fronteras.

Para lograr permanecer en operación y crecer deben ser muy competitivas en diferentes áreas, por ellos se requiere una constante capacitación de los comerciantes en temas empresariales para ajustarse a los cambios, gustos y preferencias del mercado. La competitividad del mundo requiere que los propietarios y administradores de estos comercios tengan conocimientos en temas informáticos, estén en capacidad de utilizar las herramientas *web* y los programas computacionales para aplicarlos en la dinámica empresarial.

Esta Iniciativa de Desarrollo Regional pretende impartir un paquete computacional desde niveles básicos que le ayude a las personas de pequeñas empresas ir construyendo y potenciando estrategias de mercadeo acordes con los tiempos. Asimismo, se impulsa a que el aprendizaje de nuevas herramientas tecnológicas se aplique a los emprendimientos, permitiendo que estos mejoren sus condiciones de comercialización y posicionamiento en la mente de los consumidores.

Es por ello que esta IDR plantea un proceso formativo que consta de un paquete computacional compuesto de 6 cursos, mediante los cuales se pretende dotar de capacidades a los participantes en los siguientes temas:

Se propone que esta serie de capacitaciones arranquen desde la *Introducción a la computación*, dado que es necesario nivelar conocimientos para con quienes no cuenten con el conocimientos básicos necesario para utilizar las computadoras, tal como encenderla, cambiar fondo, crear carpetas y archivos, organizar información, entre otras. Se pretende que al concluir esta etapa los participantes del proceso formativo estén en capacidad de realizar estas actividades.

Con el curso de *Word Básico* se pretende que el estudiante esté en capacidad de elaborar documentos, de conocer los formatos y pueda proyectar a sus clientes y la empresa con

formalidad y seriedad, que pueda hacer cotizaciones y los trámites administrativos que se requieran.

Con *Excel Básico*, se pretende dotar a los empresarios con la utilización de esta importante herramienta de hoja de cálculo en términos empresariales, ya que les permite realizar registros de ventas, cartera de clientes, publicaciones, costos, entre otros para el crecimiento empresarial.

Se brindará un curso general sobre *Internet*. Se pretende allí capacitar a los participantes en la utilización de esta herramienta como medio para realizar publicaciones y buscar proveedores de recursos que se necesitan en sus empresas, además es un instrumento de comunicación con los clientes y pueden informarse de técnicas de mercado para el intercambio de bienes y servicios, tendencias actuales y cambios en gustos de los consumidores.

Adicionalmente se ofrece capacitación sobre *Utilización y manejo de las redes sociales*, para promover el potenciamiento empresarial a través de la publicación de los bienes y servicios en redes sociales, que esto logre potenciar las ventas y dar a conocer la empresa.

Junto con el proceso formativo, se construirán plataformas digitales de mercadeo para cada una de las personas participantes. Se pretende que al concluir los cursos, las empresas cuenten con una plataforma *web*, que les permita ejecutar tareas de mercadeo digital para potenciar la comercialización de los bienes y servicios de forma eficiente y tener mejores condiciones en el mercado. Además, alcanzar esa etapa implica un crecimiento empresarial significativo. Las plataformas deben ser dirigidas según las características de las empresas y sus administradores propietarios con el fin de brindar mejores posibilidades de ser sostenibles una vez que concluya esta IDR.

Adicionalmente, la IDR plantea la divulgación de las plataformas creadas mediante la

publicación de *podcast* de las mismas (audios grabados y disponibles en línea, sobre la experiencia y los productos), que les permita darse a conocer con los clientes. Estos espacios también pueden servir para incluir temas variados sobre los emprendimientos como apoyo a su difusión, por ejemplo, la historia y evolución de la idea empresarial y el impacto esperado tras el aporte de esta IDR. Con lo anterior se busca que las empresas logren un crecimiento en temas de mercado y puedan comercializar mayor cantidad de bienes y servicios en el mercado.

Para promover la divulgación de las plataformas producto de esta IDR, se plantea la creación de un portal *web*, que haga una recopilación de los emprendimientos participantes del procesos formativo y de la incursión en el mercadeo digital, con la idea de potenciar las de actividades comerciales de la zona.

El contar con una red importante entre el proyecto de los Centros Comunitarios Inteligentes en la Región, y dada la relación y trabajo conjunto entre el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones y la Universidad Estatal a Distancia, se plantea que esta IDR sea ejecutada en los CECI que operan en conjunto ambas instituciones. Para esta primera experiencia, la IDR en el 2018 pretende ejecutar el proyecto en el CECI del Centro de Investigación, Transferencia Tecnológica y Educación para el Desarrollo (CITTED) y en años sucesivos puede implementarse en otros CECIs de Centros Universitarios de la UNED en Sarapiquí, Pavón, Los Chiles y San Carlos.

4. POBLACIÓN META

Personas propietarias de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte, que tengan limitados conocimientos en la utilización de equipo tecnológico, que estén interesadas en potenciar su negocio mediante el mercadeo digital en plataformas *web* que ofrezcan los productos de todos los participantes, como un catálogo empresarial y comprometidas a asistir al proceso formativo a las instalaciones del CITTED en La Perla de La Fortuna

5. ARTICULACIÓN

Esta IDR contará con la articulación entre la Universidad Estatal a Distancia y el el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, mediante el uso del equipo de dicho ministerio en las instalaciones de los Centros Comunitarios Inteligentes de la UNED localizados en la Región Huetar Norte. Asimismo, la articulación entre dependencias de la UNED relacionadas con capacitaciones en TICs y mantenimiento del equipo de cómputo: Dirección de Extensión y Dirección de Tecnología de Información y Comunicaciones, respectivamente.

Cuadro 2. Detalles de los socios estratégicos y su relación con el proyecto

Socios Estratégicos	Relación con el proyecto	Funcionarios Responsables
MICIT	<ul style="list-style-type: none"> Dotación de equipo por medio de los Centro Comunicatio Inteligente, ubicado en el CITTED. 	
Área de Comunicación y Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> Programa de capacitación sobre TICs. Entrega de certificados. 	Adrián Morales, Coordinador Programa Comunicación y Tecnología
Dirección de Tecnología de Información y Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> Mantenimiento al equipo de cómputo. 	Vinicio Row

6. METODOLOGÍA PROPUESTA

Esta iniciativa contempla una metodología que desde la en función del propósito y de los resultados esperados, se establece de la siguiente Forma:

- **Selección de persona facilitadora:** para la selección idónea en esta iniciativa se requiere de una persona con conocimientos en computación y en el uso de programas de edición de texto, hoja de cálculo y manejo de redes sociales. Es preferible que sea de la Región Huetar Norte y tenga conocimiento de gestión operativa de pequeñas empresas. Se divulgará un anuncio sobre este puesto y se abrirá un proceso de selección mediante entrevistas a las personas interesadas. Mediante un instrumento de selección se determinará el o la candidata ganadora.
- **Selección de personas participantes:** la unidad académica ejecutora (CITTED) realizará un proceso de selección de los participantes. Inicialmente realizará una convocatoria abierta para una sesión informativa en la cual se comunica la cantidad de cursos y la duración del proceso. Este es un primer filtro, del cual, las personas que muestran interés completan un formulario. De este grupo se seleccionan las empresas que satisfagan una serie de requisitos deseables: ser una empresa pequeña en marcha, ser de la Región Huetar Norte, deseable haber participado de capacitaciones de apoyo empresarial en la UNED (como EMPRENDE Rural), firmar compromiso de permanecer en el proceso formativo (1 año aproximadamente).
- **Matrícula:** El CITTED realizará el proceso de inscripción en el proceso mediante un formulario elaborado para tal efecto. La matrícula será exclusiva para las personas que calificaron en el proceso de selección descrito. Se abrirá un expediente para este proceso y se incluirán fotocopias de las cédulas de las personas participantes.

- **Equipo:** Las actividades de capacitación se desarrollarán en el laboratorio de cómputo del CITTED (CECI), el cual ha sido aportado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- **Proceso formativo:** La iniciativa consta de 6 cursos de capacitación en los temas Introducción a la computación, Word, Excel, Internet, Redes Sociales y Plataformas de mercadeo digital. En total suman 100 horas de lecciones. Como parte de dicho proceso, se espera tener como producto una plataforma de mercadeo digital implementada por cada empresa.

7. DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES

7.1. Propósito de la iniciativa.

El proyecto tiene como propósito el desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación.

7.2. Resultado esperado con la iniciativa.

Se plantean 3 resultados esperados para esta iniciativa, a saber:

1. Personas de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.
2. Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.
3. Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.

8. BENEFICIOS

Entre los beneficios que se podrían alcanzar con el desarrollo del proyecto están:

- Personas de pequeñas empresas obtienen conocimientos básicos sobre uso de herramientas computacionales aplicadas a la vida productiva y gestión administrativa.
- Pequeñas empresas de la Región Huetar Norte desarrollan herramientas de mercadeo digital.
- Las personas beneficiarias del proyecto: para quienes concluyan el proceso completo incluyendo el desarrollo de la plataforma de mercadeo se les ofrecerá un certificado de aprovechamiento en función de las horas de dedicación al proyecto.

9. PLANTEAMIENTO DE LA IIDR

9.1. Objetivo amplio

Aporte a la disminución de la brecha digital mediante el fortalecimiento de las capacidades en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) de sectores de la población de la Región Huetar Norte.

9.2. Objetivos específicos

Se presenta el objetivo específico:

- Capacitar personas de empresas pequeñas de la Región Huetar Norte en temas de uso de computadoras.
- Diseñar plataformas de mercadeo digital para pequeñas empresas de la Región Huetar Norte.
- Promover las plataformas de mercadeo digital a partir de la divulgación en medios digitales institucionales de la UNED.

9.3. Propósito

Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES POR RESULTADO

Resultado 1: Personas de pequeñas empresas de la Región Huastla Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.

2018	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1: Selección de las personas participantes del proyecto.				
Actividad 2: Inscripción de las personas al proceso formativo.				
Actividad 3: Facilitación de proceso formativo				
Actividad 4: Acto de graduación				

Resultado 2: Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huastla Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.

2018	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1: Selección de plataforma de mercadeo digital según características de empresas y sus productos o servicios.				
Actividad 2: Creación de plataforma de mercadeo digital para cada empresa				

Resultado 3: Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.				
2018	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV
Actividad 1: Producción de podcast de divulgación de las plataformas digitales de cada empresa.				
Actividad 2: Divulgación del podcast en plataforma tecnológica de la UNED				
Actividad 3: Creación de portal web donde se visibilicen las plataformas digitales de las empresas				
Actividad 4: Divulgación del portal web				

11. INDICADORES

Postulado	Impactos
<p>Propósito: Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación.</p>	<p>Efectividad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alfabetización digital básica del 50% de las personas de pequeñas empresas en la utilización de Tecnologías de Información y Comunicación que inician con el proceso formativo. 2. Medios digitales son utilizados como herramientas para el mercadeo de los productos o servicios de pequeñas empresas en al menos 70% de las personas que concluyen el proceso formativo. 3. Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas son divulgadas mediante un portal web y a través un programa de radio online.

Postulado	Impactos
Resultado 1: Personas de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.	Eficacia: Al menos 50% de las personas participantes completa el proceso formativo.
Resultado 2: Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.	Eficacia: Al menos 70% de las empresas participantes que completan el proceso formativo, se promociona a través de una plataforma de mercado digital.
Resultado 3: Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.	Eficacia: 1. Una publicación en Internet donde se promocionan las plataformas creadas. 2. Un programa de radio online donde se describen las plataformas de mercadeo y la actividad de las empresas participantes.
Actividades 2018	
A1R1 Selección de las personas participantes del proyecto.	Eficiencia: 100% de las personas seleccionadas satisfacen los criterios de establecidos.
A2R1 Inscripción de las personas al proceso formativo.	Eficiencia: 100% de cupo máximo cubierto por las personas seleccionadas que realizan proceso de matrícula.
A3R1 Facilitación de proceso formativo	Eficiencia: Todos los participantes están abiertos al aprendizaje y consideran muy importante la capacitación y apoyo en mercadeo que ofrece el proyecto.
A4R1 Acto de graduación	Eficiencia: Al menos 50% de las personas participantes completa el proceso formativo
A1R2 Selección de plataforma de mercadeo digital según características de empresas y sus productos o servicios.	Eficiencia: Al menos 70% de las empresas que completan el proceso formativo, seleccionan una plataforma de mercadeo acorde con su actividad comercial.

Postulado	Impactos
A2R2 Creación de plataforma de mercadeo digital para cada empresa	Eficiencia: Una plataforma digital para mercadeo empresarial.
A1R3 Producción de <i>podcast</i> de divulgación de las plataformas digitales de cada empresa.	Eficiencia: El 70% de quienes concluyen el proceso formativo cuentan con un <i>podcast</i> sobre las plataformas de mercadeo.
A2R3 Divulgación del <i>podcast</i> en plataforma tecnológica de la UNED.	Eficiencia: Al menos dos publicaciones en medios institucionales sobre el <i>podcast</i> creado.
A3R3 Creación de portal <i>web</i> donde se visibilicen las plataformas digitales de las empresas	Eficiencia: Un portal <i>web</i> de las plataformas de mercadeo.
A4R3 Divulgación del portal <i>web</i>	Eficiencia: Al menos dos publicaciones en medios institucionales sobre el portal <i>web</i> creado.

3. SUPUESTOS POR OBJETIVO AMPLIO, PROPÓSITO, RESULTADOS Y ACTIVIDADES.

Postulado	Supuestos
<p>Objetivo amplio: Aporte a la disminución de la brecha digital mediante el fortalecimiento de las capacidades en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) de sectores de la población de la Región Huetar Norte.</p>	<p>S1. La IDR impacta en la brecha digital en la población de personas propietarias de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte.</p>
<p>Propósito: Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación.</p>	<p>S1. Las empresas participantes podrán aplicar los conocimientos adquiridos respecto a las TICs en crear y mantener plataformas de mercadeo para sus emprendimientos.</p>
<p>Resultado 1: Personas de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.</p>	<p>S1. El equipo de computación está disponible y en buen estado. S2. Las personas participantes muestran interés en los contenidos de clase. S3. Las personas participantes tienen una actividad empresarial en la Región. S4. La UNED dispondrá de los recursos requeridos para este proyecto oportunamente y según los planes.</p>
<p>Resultado 2: Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.</p>	<p>S1. Los empresarios están en capacidad de utilizar las herramientas como instrumentos de negocio. S2. Las herramientas son útiles como instrumentos de fortalecimiento empresarial y logran potenciar, la comercialización de los producto y servicios</p>

Postulado	Supuestos
<p>Resultado 3: Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.</p>	<p>S1. La plataforma es de fácil acceso S2. La plataforma es intuitiva y puede ser usada por personas no habituadas a uso de TICS. S3. El presupuesto estará disponible durante los tiempos programados para el proyecto. S4. Los usuarios de la plataforma están en capacidad de utilizar la misma.</p>
Actividades	
<p>A1R1 Selección de las personas participantes del proyecto.</p>	<p>S1. Las personas interesadas en participar del proceso formativo cuentan con una empresa.</p>
<p>A2R1 Inscripción de las personas al proceso formativo.</p>	<p>S2. Las capacitaciones permiten que los participantes aprendan a utilizar con facilidad las herramientas computacionales básicas.</p>
<p>A3R1 Facilitación de proceso formativo</p>	<p>S3. Todas las personas que obtengan el certificado final, están en capacidad de utilizar las herramientas tecnológicas con facilidad.</p>
<p>A4R1 Acto de graduación</p>	<p>S4. Las personas graduadas aplicarán los conocimientos adquiridos en las plataformas de mercadeo para su sostenibilidad. S5. La UNED aprueba la contratación de la persona facilitadora en el tiempo y condiciones solicitadas</p>
<p>A1R2 Selección de plataforma de mercadeo digital según características de empresas y sus productos o servicios.</p>	<p>S1. El proceso formativo permite que cada participante esté en capacidad de seleccionar la plataforma adecuada para su emprendimiento. S2. Los estudiantes están en capacidad de utilizar las herramientas tecnológicas y aprovecharlas en sus emprendimientos.</p>
<p>A2R2 Creación de plataforma de mercadeo digital para cada empresa</p>	<p>S1. La plataforma de mercadeo digital empresarial, permite potenciar las actividades comerciales de los</p>

Postulado	Supuestos
	participantes.
A1R3 Producción de <i>podcast</i> de divulgación de las plataformas digitales de cada empresa.	S1. La divulgación empresarial, por medio de los <i>podcast</i> , logra incremento en la actividad lucrativa del negocio.
A2R3 Divulgación del <i>podcast</i> en plataforma tecnológica de la UNED.	S2. Los consumidores de los productos y servicios pueden recibir información detallada de los posibles proveedores de bienes y servicios, mediante los <i>podcast</i> . S3. La UNED facilita los recursos para la generación de los <i>podcast</i> .
A3R3 Creación de portal <i>web</i> donde se visibilicen las plataformas digitales de las empresas	S1. El portal <i>web</i> visibiliza las diferentes plataformas de mercadeo creadas por los estudiantes. S2. El portal <i>web</i> permite que se incremente el impacto empresarial de los participantes del proceso, al ser divulgados.
A4R3 Divulgación del portal <i>web</i>	S3. La UNED facilitará el dominio y hospedaje del portal <i>web</i> como parte de su plataforma existente

4. MARCO LÓGICO

IDR: Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación. (2018)			
Propósito	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos, Riesgos y Condiciones
Desarrollo del mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte a través del fortalecimiento de las capacidades del uso en Tecnologías de Información y Comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alfabetización digital básica del 50% de las personas de pequeñas empresas en la utilización de Tecnologías de Información y Comunicación que inician con el proceso formativo. 2. Medios digitales son utilizados como herramientas para el mercadeo de los productos o servicios de pequeñas empresas en al menos 70% de las personas que concluyen el proceso formativo. 3. Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas son divulgadas mediante un portal web y a través un programa de radio <i>online</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Certificados de aprovechamiento de las personas participantes. 2. Plataforma de mercadeo digital de las pequeñas empresas participantes (página de Facebook, <i>app</i>, sitio web, etc). 3. Portal <i>web</i> con las plataformas digitales creadas. <i>Podcast</i> sobre las plataformas y las experiencias de mercadeo empresarial. 	<p>S: Las empresas participantes podrán aplicar los conocimientos adquiridos respecto a las TICs en crear y mantener plataformas de mercadeo para sus emprendimientos.</p> <p>R1: La deserción de algunos de los participantes. R2: El equipo tecnológico sufre de desperfectos.</p> <p>C1: El presupuesto y el recurso humano serán asignados por la UNED de forma puntual. C2: El equipo tecnológico utilizado se mantiene en buen estado.</p>
Resultados	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
R1 Personas de pequeñas	Al menos 50% de las personas	Certificados de	S1: El equipo de computación está

<p>empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.</p>	<p>participantes completan el proceso formativo.</p>	<p>aprovechamiento.</p>	<p>disponible y en buen estado. S2. Las personas participantes muestran interés en los contenidos de clase. S3. Las personas participantes tienen una actividad empresarial en la Región. S4: La UNED dispondrá de los recursos requeridos para este proyecto oportunamente y según los planes.</p>
<p>R2 Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.</p>	<p>Al menos 70% de las empresas participantes que completa el proceso formativo, se promociona a través de una plataforma de mercado digital.</p>	<p>Plataforma de mercadeo digital: sitio web, página de Facebook, <i>app</i> de tienda virtual, entre otras opciones, según sea el caso.</p>	<p>S1: Los empresarios están en capacidad de utilizar las herramientas como instrumentos de negocio. S2: Las herramientas son útiles como instrumentos de fortalecimiento empresarial y logran potenciar, la comercialización de los productos y servicios</p>
<p>R3 Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una publicación en Internet donde se promocionan las plataformas creadas. 2. Un programa de radio <i>online</i> donde se describen las plataformas de mercadeo y la actividad de las empresas participantes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enlace web 2. Episodios del programa de radio. 	<p>S1: La plataforma es de fácil acceso S2: La plataforma es intuitiva y puede ser usada por personas no habituadas a uso de TICS. S3: El presupuesto estará disponible durante los tiempos programados para el proyecto. S4: Los usuarios de la plataforma están en capacidad de utilizar la misma. R1: Poco interés de los usuarios a utilizar la plataforma. R2: La plataforma no es versátil para</p>

Actividades	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
A1R1 Selección de las personas participantes del proyecto.	100% de las personas seleccionadas satisfacen los criterios de establecidos.	Guía de entrevista.	incluir variadas actividades económicas.
A2R1 Inscripción de las personas al proceso formativo.	100% de cupo máximo cubierto por las personas seleccionadas que realizan proceso de matrícula.	<ul style="list-style-type: none"> • Matrícula • Carta de compromiso 	S1. Las personas interesadas en participar del proceso formativo cuentan con una empresa. S2. Las capacitaciones permiten que los participantes aprendan a utilizar con facilidad las herramientas computacionales básicas.
A3R1 Facilitación de proceso formativo	6 cursos sobre utilización de herramientas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> • Listas de asistencia • Fotografías 	S3. Todas las personas que obtengan el certificado final, están en capacidad de utilizar las herramientas tecnológicas con facilidad.
A4R1 Acto de graduación	Al menos 50% de las personas participantes completa el proceso formativo	<ul style="list-style-type: none"> • Certificados de aprovechamiento 	S4. Las personas graduadas aplicarán los conocimientos adquiridos en las plataformas de mercadeo para su sostenibilidad. S5. La UNED aprueba la contratación de la persona facilitadora en el tiempo y condiciones solicitadas
A1R2 Selección de plataforma de mercadeo digital según características de empresas y sus productos o servicios.		Un documento donde cada empresa selecciona la plataforma que desea desarrollar.	S1. El proceso formativo permite que cada participante esté en capacidad de seleccionar la plataforma adecuada para su emprendimiento. S2. Los estudiantes están en capacidad de utilizar las herramientas tecnológicas y aprovecharlas en sus emprendimientos.
A2R2 Creación de plataforma de mercadeo digital para cada	Una plataforma digital para mercadeo empresarial.	Acceso y prueba de plataforma de mercadeo en	S1. La plataforma de mercadeo digital empresarial, permite potenciar las

empresa		línea.	actividades comerciales de los participantes.
A1R3 Producción de <i>podcast</i> de divulgación de las plataformas digitales de cada empresa.	El 70% de quienes concluyen el proceso formativo cuentan con un <i>podcast</i> sobre las plataformas de mercadeo.	Archivos de audio de los programas.	S1. La divulgación empresarial, por medio de los <i>podcast</i> , logra incremento en la actividad lucrativa del negocio.
A2R3 Divulgación del <i>podcast</i> en plataforma tecnológica de la UNED.	Al menos dos publicaciones en medios institucionales sobre el <i>podcast</i> creado.	<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces web de los programas. • Artículo en ACONTECER. 	<p>S2. Los consumidores de los productos y servicios pueden recibir información detallada de los posibles proveedores de bienes y servicios, mediante los <i>podcast</i>.</p> <p>S3. La UNED facilita los recursos para la generación de los <i>podcast</i>.</p>
A3R3 Creación de portal <i>web</i> donde se visibilicen las plataformas digitales de las empresas	Un portal <i>web</i> de las plataformas de mercadeo.	Enlace web del portal.	<p>S1. El portal <i>web</i> visibiliza las diferentes plataformas de mercadeo creadas por los estudiantes.</p> <p>S2. El portal <i>web</i> permite que se incremente el impacto empresarial de los participantes del proceso, al ser divulgados.</p> <p>S3: La UNED facilitará el dominio y hospedaje del portal <i>web</i> como parte de su plataforma existente</p>
A4R3 Divulgación del portal <i>web</i>	Al menos dos publicaciones en medios institucionales sobre el portal <i>web</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Enlaces <i>web</i> de la divulgación del portal. • Artículo en ACONTECER. 	

13.1 Información complementaria de los/as académicos/as

Nombre	Correo electrónico	Teléfono	Centro Universitario
Jose Gregorio Soro Rojas	jsoro@uned.ac.cr	2469-2231	CITTED
Roxana Vásquez Castro	rvasquezc@uned.ac.cr	2469-2223	CITTED
Técnico a contratar			

13.2 Matriz de implementación y seguimiento del equipo de la iniciativa.

Código de nivel de responsabilidad	Código de participantes	Fecha de cumplimiento
E: Ejecutar	Jose Soro: JS Roxana Vásquez: RV Técnico: T	De febrero 2018 a diciembre 2018
P: Participar	Participantes (Personas de pequeñas empresas de la RHN): P	De febrero 2018 a diciembre 2018
S: Supervisar	Mauricio Estrada: ME	De febrero 2018 a diciembre 2018

5. TAREAS POR ACTIVIDADES

14.1 Resultado 1. Personas de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son capacitadas en uso de herramientas computacionales para potenciar mercadeo.

Actividad 1: Selección de las personas participantes del proyecto.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1.A1.R1. Diseño de afiche de divulgación	E:JS	S:RV	I T-2018	Afiche
T2.A1.R1. Divulgación de afiche.	E: JS, RV	S:ME	I T-2018	Divulgación del proceso
T3.A1.R1. Diseño de formulario de selección	E:RV	S: JS	I T-2018	Formulario de selección
T4.A1.R1. Sección infomativa de proceso	E: JS, RV	P: T	I T-2018	Interesados en el proceso
T5.A1.R1. Recepción de formularios de interesados	E: JS, RV	S:ME	I T-2018	Formularios completos
T6.A1.R1. Visitas a interesados	E: JS, RV	S: ME P: T	I T-2018	Información relacionada con la selección
T7.A1.R1. Selección de los participantes del proceso formativo.	E: JS, RV P:T	S:ME	I T-2018	Lista de participantes

Actividad 2: Inscripción de las personas al proceso formativo.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1.A2.R1. Diseño de formulario de matrícula para los participantes seleccionados	E:RV	S:JS	I T-2018	<ul style="list-style-type: none"> Documento de matrícula a cada personas interesada. Lista de personas a las que se les entregó el formulario.
T2.A2.R1. Matrícula de los interesados seleccionados.	E:RV, JS	S: ME	I T-2018	Lista de personas matriculadas.

Actividad 3: Facilitación de proceso formativo

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1.A3.R1. Contratación de la persona facilitadora	E: T	S: RV, JS, ME	I T-2018	Contar con el facilitador del proceso.
T2. A3.R1. Preparación de material didáctico para los cursos			I T-2018	Unidad didáctica para pceso formativo para trabajo con estudiantes.
T3. A3.R1. Inscripción de la currícula de lo cursos.			I T-2018	Aprobación del diseño curricular del curso para iniciar el proceso.
T4. A3.R1. Preparación de las clases.			I y II T-2018	Contar con la clase preparada y planeada
T5.A3.R1. Programacion y horarios de cursos			I T-2018	Definir los horarios de la clase.
T6. A3.R1. Impartir las clases			IIT y III T-2018	Desarrollo de la clase.
T7. A3.R1. Entrega de notas			III T-2018	Realizar la entrega de la notas y solicitud de certificados
T8. A3.R1. Evaluación final del proceso formativo			III T - 2018	Informe de no conformidades por parte de los estudiantes del proceso.

Actividad 4: Acto de graduación

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A4.R1. Solicitud de títulos	E: RV	S: JS	II T-2017	Boleta de Correo Interno
T2. A4.R1. Entrega de títulos y graduación de proceso formativo	E: RV, JS	S:ME	IV T-2017	Correo de confirmación de las personas aprobadas.

14.2. Resultado 2.

Plataformas de mercadeo digital de pequeñas empresas de la Región Huetar Norte son creadas para potenciar su dinámica comercial.

Actividad 1: Selección de plataforma de mercadeo digital según características de empresas y sus productos o servicios.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A1.R2. Análisis de plataformas digitales según las características de empresarios y características personales del administrador de la plataforma web.	E: T	S: RV, JS, ME	III-2018	<ul style="list-style-type: none"> Instrumento de análisis de plataformas.
T2. A1.R2. Determinación de la plataforma adecuada para cada emprendimiento	E: T, P, RV, JS	S:ME	III-2018	<ul style="list-style-type: none"> Documento de definición de plataforma según características de cada empresa.
			III-2018	

Actividad 2: Creación de plataforma de mercadeo digital para cada empresa

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1.A2.R2. Definición de las características e información de los productos de cada empresa a incluir en la plataforma de mercadeo.	E: P, T, RV, JS	S:ME	III y IV T-2018	<ul style="list-style-type: none"> Instrumentos de características de los bienes y servicios
T2.A2.R2 Diseño de la plataforma	E: P, T, RV, JS	S:ME		<ul style="list-style-type: none"> Tareas de avances de plataforma
T3.A2.R2. Entrega de las plataformas	E: P	S: T, RV, JS		<ul style="list-style-type: none"> Exposición de plataformas por parte de estudiantes.

14.3. Resultado 3.

Plataformas de mercadeo digital de las empresas participantes son divulgadas y promovidas por la UNED.

Actividad 1: Producción de podcast de divulgación de las plataformas digitales de cada empresa.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A1.R3. Elaboración de guión de programa para cada plataforma (uno por empresa)	E: JS-RV	S: Me	III y IV T-2018	Guión de programa
T2. A1.R3. Grabación	E:JS,R V, T	S:RV		Lista de audios grabados.
T3. A1.R3. Edición	E:JS	S:RV,ME		Audio final (editado)

Actividad 2: Divulgación del podcast en plataforma tecnológica de la UNED.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A2.R3. Subir audios a sitio web	E: JS	S:RV, ME	IV T-2018	Link de cada audio subido a Internet
T2. A2.R3. Ingresar atributos de cada audio subido (nombre, fecha de entrevista, persona entrevistada, etc.)				
T3. A.2.R3. Divulgar la serie de podcast				Enlaces de publicaciones en Facebook del CITTED

Actividad 3: Creación de portal web donde se visibilicen las plataformas digitales de las empresas.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A3.R3. Elaboración de documento con las características deseadas para el portal web	E: JS, RV	S:ME	III T-2018	Documento con descripción del portal web.
T2. A3.R3. Diseño de estructura de portal web	E: DTIC, JS	S:RV, ME	III T-2018	Estructura del portal web
T3. A3.R3. Inclusion del enlaces o vínculos de las plataformas de los emprendimientos participantes.	E: JS	S:RV, T	III T-2018	Enlaces incorporados a portal
T4. A4.R3. Pruebas de uso de plataforma web.	E: RV, ME	S:JS	III T-2018	Portal web listo

Actividad 4: Divulgación del portal web.

Tareas	Responsable		Fecha	Productos a entregar
T1. A4.R3. Publicación en Facebook del CITTED para divulgación del portal web.	E: JS	S:RV, ME	IV T-2018	Enlace de publicación
T2. A4.R3. Realizar notas en ACONTECER sobre el portar para incrementar el alcance.	E:RV	S:JS, ME	IV T-2018	Nota de ACONTECER