

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COSTA RICA
ESCUELA DE EDUCACIÓN TÉCNICA
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN TÉCNICA**

Diagnóstico de las habilidades informáticas básicas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno, para establecer un programa de capacitaciones desde los fundamentos de la educación técnica no formal, durante los meses septiembre a diciembre de 2024.

**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE EDUCADOR TÉCNICO Y FORMADOR PROFESIONAL,
GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA.**

Fernando Antonio Mora Bonilla

Cartago, noviembre, 2024.

Diagnóstico de las habilidades informáticas básicas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno, para establecer un programa de capacitaciones desde los fundamentos de la educación técnica no formal, durante los meses septiembre a diciembre de 2024. © 2024 by Fernando Antonio Mora Bonilla is licensed

under [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

 **CC BY-NC-ND 4.0**

Constancia de Defensa Pública

HOJA DE APROBACIÓN

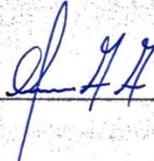
Estudiante: Fernando Mora Bonilla.

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Comisión de Trabajos Finales de Graduación de la Escuela de Educación Técnica, como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Educación Técnica.

Mag. Jesús Hernández Araya
Presidente de la Comisión
Escuela de Educación Técnica



M.Sc. Jeison Alfaro Aguirre
Tutor Proyecto

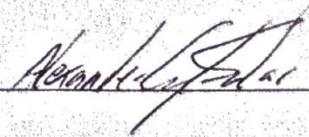


Dra. Mariam Álvarez Hernández
Lectora

MARIAM ALVAREZ
HERNANDEZ
(FIRMA)

Firmado digitalmente por
MARIAM ALVAREZ HERNANDEZ
(FIRMA)
Fecha: 2024.11.29 11:04:37
-06'00'

Mag. Alexander Carvajal Salas
Lector



Dedicatoria

Este logro, fruto de esfuerzo y dedicación, se lo dedico a toda mi familia, con especial cariño a mi madre Rosa Bonilla, quien ha sido mi mayor ejemplo y el pilar fundamental, fuente de inspiración, apoyo incondicional y guía, su amor, paciencia y sacrificios han sido la base sobre la cual me he construido, este logro es suyo también. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, y por siempre estar a mi lado, animándome a seguir adelante. Todas esas tacitas de café y platitos de comida son parte de mi tesoro.

A mis hermanas y sus familias, quienes siempre me han brindado un apoyo incondicional; gracias Carito, por estar ahí siempre.

A Valentina y María Gabriela, por alegrar mis días y ayudarme a liberar el estrés con las conversaciones locas y extrañas.

A mis sobrinos, quienes son una fuente constante de motivación y me inspiran a seguir mejorando para alcanzar mis metas.

A Eugenia Bonilla y su familia, por sus jalones de mecate, consejos y el apoyo que siempre me han brindado.

A toda la familia Álvarez Hernández, especialmente a la Dra. Mariam Álvarez, una mujer de extraordinaria capacidad, principios sólidos e inteligencia admirable, a su hija Lena que va por el mismo camino, por la paciencia y el acompañamiento brindado.

Finalmente, me dedico este logro a mí mismo, agradeciéndome por mi persistencia.

Agradecimientos

A las personas funcionarias de la Escuela de Ciencias Sociales, por la prestancia y amabilidad con la que siempre me recibieron, además de toda la colaboración brindada.

A la señora directora Mairim Carmona, a Marielos Picado y familia, a Jorge Ortiz, por todo el apoyo y palabras valiosas.

Marcos Sánchez, Lady Gómez y familia por aguantar el estrés que los llevo, madrigueras afectivas, también a Geovanni Jiménez, a Zamora y familia, por el apoyo moral, también madrigueras afectivas.

Agradezco a todas las personas que colaboraron al brindar los datos para poder realizar este proyecto, al alcalde y a las personas funcionarias de la municipalidad de Oreamuno.

A mis compañeros y compañeras Steven, Stalin, Paula, Ricardo, Sirleni, Karla; por el apoyo y compartir sus puntos de vista durante cada sesión (yo tomaba notas). Gracias por todos los retos y competencias, momentos de reflexión y las horas que tocaba quedarse quemando pestañas. Roselyn, Cindy y Karina, ¡Pónganle mucho, ustedes tienen muchísima capacidad!

Al profesor Jeison, por toda la paciencia, motivación y vocación, por esas clases diferente, al profesor Jesús, por ser una persona precisa, cabal, por llevarnos a ser críticos de nuestros procesos. A las personas funcionarias, doña Sandra y don Hugo, por la siempre buena atención brindada.

A la profesora Betzy, por toda la paciencia y apertura que tuvo con nosotros, por llevarnos también a ser críticos de cada proyecto y guiarnos a ver siempre más allá de cada situación. ¡Yo le valido eso!

Resumen

Este documento presenta una investigación que tiene como objetivo realizar un diagnóstico inicial sobre las habilidades informáticas de los emprendedores turísticos en Oreamuno, Cartago, Costa Rica, con el fin de diseñar un plan de capacitación que aborde la brecha digital que limita su competitividad.

El análisis se enfoca en el periodo de septiembre a diciembre de 2024 y se fundamenta en teorías de educación no formal, las cuales destaca la relevancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en los emprendimientos turísticos.

La investigación se diseña de manera descriptiva y etnográfica. Utiliza un enfoque mixto para recolectar datos cuantitativos y cualitativos mediante entrevistas y encuestas. En sus resultados, se identifica una brecha digital en áreas clave como el uso de herramientas digitales esenciales para la operación de los negocios, y se enfatizan los fundamentos de la educación técnica no formal, de los cuales se destaca la importancia de competencias prácticas y flexibilidad.

Basada en sus necesidades se construye una propuesta de capacitación la cual incluye herramientas de ofimática, diseño gráfico y marketing digital, con una metodología práctica y flexible adaptada a las necesidades de los emprendedores.

Finalmente, se presentan conclusiones y recomendaciones que refuerzan la importancia de la capacitación en herramientas digitales para mejorar la gestión y promoción de los negocios locales.

Abstract

This document presents a research study aimed at conducting an initial diagnosis of the computer skills of tourism entrepreneurs in Oreamuno, Cartago, Costa Rica, with the goal of designing a training plan to address the digital gap that limits their competitiveness. The analysis focuses on the period from September to December 2024 and is grounded in non-formal education theories, emphasizing the relevance of Information and Communication Technologies (ICTs) in tourism ventures.

The research is designed as descriptive and ethnographic, using a mixed approach to collect both quantitative and qualitative data through interviews and surveys. The results identify a digital gap in key areas, such as the use of essential digital tools for business operations, and highlight the fundamentals of non-formal technical education, emphasizing the importance of practical skills and flexibility.

Based on these needs, a training proposal is developed, which includes office software tools, graphic design, and digital marketing, with a practical and flexible methodology adapted to the needs of the entrepreneurs.

Finally, conclusions and recommendations are presented to reinforce the importance of training in digital tools to improve the management and promotion of local businesses.

Tabla de Contenido

Constancia de Defensa Pública	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Resumen	v
Abstract.....	vi
Lista de figuras.....	10
Lista de abreviaturas.....	15
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	16
1.1 Tema.....	17
1.2 Problema y su importancia:.....	20
1.3 Objetivos	21
1.3.1 Objetivo general	21
1.3.2 Objetivos específicos	22
1.4 Antecedentes teóricos o prácticos.....	22
1.4.1 Antecedentes internacionales	23
1.4.2 Antecedentes nacionales	34
1.5 Justificación.....	41
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	46
Conceptos generales	47
1.4.3 Educación.....	48
1.4.4 Educación técnica no formal: principios, metodología y estrategia educativa.....	49

1.4.5	Perfil sociotecnológico.....	50
1.4.6	Emprendimientos turísticos locales y actividades.....	50
1.4.7	Alfabetización / Realfabetización digital y habilidades informáticas	53
1.4.8	Diagnóstico de necesidades de capacitación y plan de capacitación	55
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		56
3.1	Tipo de investigación y alcance	57
3.2	Sujetos y fuentes de información.....	60
3.2.1	Sujetos de información o participantes	60
3.2.2	Fuentes de información.....	60
3.2	Detalles estadísticos	61
3.2.1	Participantes.....	61
3.2.2	Muestra.....	61
3.3	Categorías y unidades de análisis.....	61
3.4	Descripción de técnicas e instrumentos de recolección de información.....	65
3.5	Descripción de análisis de la información.....	65
3.6	Criterios éticos asumidos	67
3.7	Descripción de la propuesta	69
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS		70
4.1	Análisis de datos para objetivo: Identificar	71
4.2	Análisis de datos para objetivo: Determinar	106
4.3	Análisis de datos para objetivo: Definir	119
4.4	Análisis de datos para objetivo: Elaborar	137

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE TRABAJO.....	143
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	169
6.1 Conclusiones de objetivo: Identificar	171
6.1.1 Conclusiones.....	171
6.1.2 Recomendaciones.....	172
6.2 Conclusiones de objetivo: Determinar.....	173
6.2.1 Conclusiones.....	173
6.2.2 Recomendaciones.....	173
6.3 Conclusiones de objetivo: Definir	174
6.3.1 Conclusiones.....	177
6.3.2 Recomendaciones.....	178
6.4 Conclusiones de objetivo: Elaborar	179
6.4.1 Conclusiones.....	179
6.4.2 Recomendaciones.....	180
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	182
ANEXOS.....	194
Anexo 1.	195
Anexo 2.	197
Anexo 3	198

Lista de figuras

Cuadro 1. Categorías	64
Figura 1. Mapa de la provincia de Cartago	18
Figura 2. Mapa de Oreamuno	19
Figura 3. Big Six Skills	27
Figura 4. Entrevista semiestructurada usuario (emprendedores)	32
Figura 5. Cuestionario	33
Figura 6. Mapa de la revisión bibliográfica de la Educación	48
Figura 7. Educación técnica no formal	49
Figura 8. Perfil sociotecnológico	50
Figura 9. Emprendimientos y actividades turísticas	51
Figura 10. Alfabetización y realfabetización digital	54
Figura 11. Diagnóstico y plan de capacitación	55
Figura 12. Categorías y unidades de análisis	63
Figura 13. Representación gráfica de los dispositivos por frecuencia	73
Figura 14. Representación gráfica por frecuencia de uso	76
Figura 15. Representación gráfica del mayor uso de herramientas digitales	79
Figura 16. Frecuencia de uso de herramientas digitales	81
Figura 17. Herramientas de uso por nivel de dominio	83

Figura 18. Herramientas de navegación más utilizadas	85
Figura 19. Sistemas de correo más utilizados	88
Figura 20. Plataformas de comunicación por frecuencia de mención	90
Figura 21. Redes sociales para promoción	92
Figura 22. Herramientas de diseño por uso de las personas emprendedoras	95
Figura 23. Nivel de uso de las herramientas de diseño gráfico	96
Figura 24. Herramientas IA en diseño utilizadas por mención	98
Figura 25. Nivel de uso de las herramientas IA en diseño por mención	100
Figura 26. Conocimiento en la creación de sitios web por frecuencia de mención	103
Figura 27. Conocimiento en la gestión de sitios Web por frecuencia de mención	105
Figura 28. Datos generales de edad por rango y frecuencia de mayor mención	108
Figura 29. Género por mención	110
Figura 30. Nivel educativo de la persona emprendedora	112
Figura 31. Nivel educativo más alto de las personas empleadas	114
Figura 32. Condición empresa y /o emprendimiento por mención	116
Figura 33. Ubicación por distrito por frecuencia de mención	118
Figura 34. Capacitaciones para mejorar la gestión por mención	125
Figura 35. Capacitaciones recibidas el último año por mención	127
Figura 36. Tiempo de inversión en capacitación por mención	129
Figura 37. Horas por semana para la capacitación por mención	131
Figura 38. Modalidad de la capacitación por mención	134

Figura 39. <i>Personas participantes por mención</i>	136
Figura 40. <i>Perfil socio tecnológico, características de las personas</i>	139
Figura 41. <i>Perfil sociotecnológico por uso de herramientas</i>	140
Figura 42. <i>Características de los emprendimientos</i>	141
Figura 43. <i>Diagnóstico de necesidades y tipo de capacitaciones por tiempo y modalidad</i>	142
Tabla 1. <i>Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo</i>	72
Tabla 2. <i>Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo por frecuencia</i>	73
Tabla 3. <i>Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo</i>	75
Tabla 4. <i>Frecuencia de uso de los dispositivos</i>	76
Tabla 5. <i>Uso de herramientas digitales</i>	77
Tabla 6. <i>Frecuencia de herramientas digitales</i>	78
Tabla 7. <i>Frecuencia de uso y nivel de dominio de herramientas digitales</i>	80
Tabla 8. <i>Herramientas digitales por uso, por frecuencia de mención</i>	81
Tabla 9. <i>Herramientas digitales, nivel de dominio</i>	82
Tabla 10. <i>Herramientas de navegación</i>	84
Tabla 11. <i>Herramientas de navegación por frecuencia de uso y mención</i>	85
Tabla 12. <i>Uso de sistema de correo</i>	86
Tabla 13. <i>Sistema de correo por frecuencia de mención</i>	87

Tabla 14. Plataformas de comunicación	89
Tabla 15. Plataforma de comunicación por frecuencia de mención	90
Tabla 16. Redes sociales mayor uso	91
Tabla 17. Redes sociales por frecuencia de mención	92
Tabla 18. Herramienta de diseño que utilizan	93
Tabla 19. Herramientas de diseño por frecuencia de mención	94
Tabla 20. Nivel de uso de las herramientas de diseño gráfico	96
Tabla 21. Herramientas IA en diseño utilizadas	97
Tabla 22. Herramientas IA en diseño utilizadas diseño por frecuencia de mención	98
Tabla 23. Nivel de uso de las herramientas IA en diseño	99
Tabla 24. Nivel de uso de las Herramientas IA en diseño por frecuencia de mención	100
Tabla 25. Conocimiento en la creación de sitios web	102
Tabla 26. Conocimiento en la creación de sitios web por frecuencia de mención	102
Tabla 27. Conocimiento en la gestión de sitios web	104
Tabla 28. Conocimiento en la gestión de sitios web por frecuencia de mención	105
Tabla 29. Datos generales, edades	107
Tabla 30. Datos generales de edad por rango y frecuencia de mención	107
Tabla 31. Género de las personas emprendedoras	109
Tabla 32. Género por frecuencia de mención	110
Tabla 33. Capacitaciones recibidas el último año	111
Tabla 34. Nivel educativo de la persona emprendedora por frecuencia de mención	112

Tabla 35. <i>Nivel educativo más alto de las personas empleadas</i>	113
Tabla 36. <i>Nivel educativo más alto por frecuencia de mención</i>	114
Tabla 37. <i>Condición empresa y /o emprendimiento</i>	115
Tabla 38. <i>Condición empresa y /o emprendimiento</i>	116
Tabla 39. <i>Ubicación por distrito</i>	117
Tabla 40. <i>Ubicación por distrito por frecuencia de mención</i>	118
Tabla 41. <i>Capacitaciones para mejorar la gestión</i>	123
Tabla 42. <i>Capacitaciones para mejorar la gestión por frecuencia de mención</i>	124
Tabla 43. <i>Capacitaciones recibidas el último año</i>	126
Tabla 44. <i>Capacitaciones recibidas el último año por frecuencia de mención</i>	126
Tabla 45. <i>Tiempo de inversión en capacitación</i>	128
Tabla 46. <i>Tiempo de inversión en capacitación por frecuencia de mención</i>	129
Tabla 47. <i>Horas por semana para la capacitación</i>	130
Tabla 48. <i>Horas por semana para la capacitación por frecuencia de mención</i>	131
Tabla 49. <i>Modalidad de la capacitación</i>	133
Tabla 50. <i>Modalidad de la capacitación por frecuencia de mención</i>	134
Tabla 51. <i>Personas participantes</i>	135
Tabla 52. <i>Personas participantes por frecuencia de mención</i>	136

Lista de abreviaturas

CTP: Colegio Técnico Profesional.

DNC: Diagnóstico de Necesidades de Capacitación.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

GTS: Gestión del Turismo Sostenible.

IICA: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

LAC: Latinoamérica y el Caribe.

MS Office: Microsoft Office.

Pymes: Pequeñas y medianas empresas.

QR: Quick Response, Respuesta Rápida (traducción).

SEO: Search Engine Optimization, Optimización del motor de búsqueda (traducción).

SIBDI: Sistema de Bibliotecas y Documentación (del TEC).

Startups: Empresas emergentes.

TEC: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

TFG: Trabajo Final de Graduación.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación.

UCR: Universidad de Costa Rica.

UNED: Universidad Estatal a Distancia.

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN

1.1 Tema

Para Campos (2015) la importancia de establecer el tema radica en identificar “[...] de qué se trata el trabajo, su objeto de estudio, los límites y alcances y el lugar donde se realizará” (p. 37). Al ser una propuesta que surge dentro del marco de la licenciatura en Educación Técnica, se inscribe en la línea para el mejoramiento continuo, en este caso, del territorio de Oreamuno, en Cartago. Esto conlleva a la capacitación que implica un planteamiento que se ampare en una necesidad de formación o actualización.

Además, tiene como objetivo de estudio, determinar los fundamentos técnicos para generar un programa de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno durante los meses septiembre a diciembre de 2024, desde el enfoque de la Educación Técnica no formal.

La educación técnica es un subsistema del sistema educativo formal, cuyo origen está en la Ley Fundamental de Educación (1958). Por lo tanto, se transforma en una alternativa de formación integral y proporciona igualdad de oportunidades en cuanto a acceso equitativo y no discriminatorio. Por otra parte, la educación no formal se comprende, como aquellas propuestas organizadas de formación, fuera del marco del sistema educativo oficial, según lo delimitan Soto, Segura y Navarro (2023).

A manera de síntesis, el objeto de estudio es la educación técnica profesional no formal, comprendida como alternativa educativa integral para quienes desean incorporarse al campo laboral o adquirir nuevos conocimientos y competencias para mejorar sus condiciones sociales y económicas. Algunas de las personas que podrían participar pertenecen a las siguientes organizaciones sociales que se han articulado para brindar en el territorio actividades turísticas, algunas de esas organizaciones son: emprendedores, asociaciones de emprendedores,

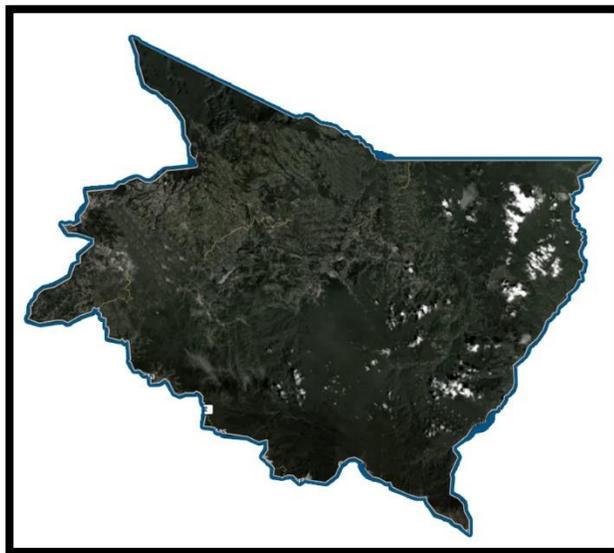
representantes culturales y ambientales de las comunidades, asociaciones de desarrollo integral, entre otros.

Por lo que refiere a los límites de la investigación, para Ulate y Vargas (2018), desde una perspectiva cronológica, el estudio se realizó en los meses de septiembre a noviembre de 2024. También contiene límites geográficos, ya que se va a circunscribir a la provincia de Cartago, específicamente en el cantón de Oreamuno.

A continuación, en la Figura 1, se observa el mapa de la provincia de Cartago y en la Figura 2 el cantón de Oreamuno.

Figura 1.

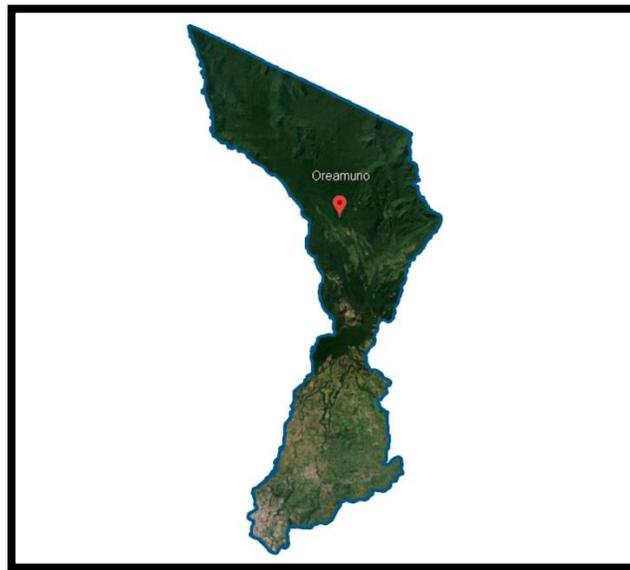
Mapa de la provincia de Cartago.



Fuente: adaptado de Mapa del radar de Cartago, Provincia de Cartago, Costa Rica, por The Weather Company, 2024, The Weather Channel (<https://weather.com/es-GT/tiempo/mapas/interactivo//ef22fa55dca2b5e1288cfe454e27ce4e741957b944c12143b1c11633b36d99ee>)

Figura 2.

Mapa de Oreamuno



Fuente: adaptado de Oreamuno, por Google Earth, 13 de septiembre de 2024, Google Earth (<https://earth.google.com/web/search/oreamuno/@10.00847659,-83.77687041,2761.72038018a,74428.94542054d,35y,0h,0t,0r/data=CncaSRJDCiUweDhmYTBkY2U5NWY1ZGQyMDE6MHhkM2RkNWI2MTY5OGRmYjMxGShf0EICEiRAISqkoevn9ITAKghvcmVhbXVubxgBIAEiJgokCX7CUmKOBcRAET7CqKG0qCNAGdTUyYIV7FTAleFysTmSBIXAQgIIAToDCgEw>)

De manera más específica, Oreamuno cuenta con los distritos de San Rafael, Cot, Potrero Cerrado, Cipreses, Santa Rosa como señala Municipalidad de la región objeto de estudio (2022).

De manera puntual, el tema es el Diagnóstico de las habilidades informáticas básicas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno para establecer un programa de capacitaciones desde los fundamentos de la educación técnica no formal, durante los meses septiembre a diciembre de 2024. Para ampliar sobre las razones teóricas, técnicas, y metodológicas se procede a identificar el problema, justificar las razones que conllevan a atender dicho problema, destinatarios, antecedentes que sustentan la propuesta y formulación de la investigación.

1.2 Problema y su importancia:

Ulate y Vargas (2018), reconocen que las investigaciones se originan de ideas. A su vez, estas pueden provenir de diferentes fuentes. Para desarrollar la investigación, este proyecto se toma como base el Trabajo Final de Graduación (TFG) realizado durante el 2023 y parte del 2024 por estudiantes del Bachillerato en Gestión de Turismo Sostenible, denominado *Descripción de la participación de los actores sociales claves involucrados en las actividades turísticas culturales del distrito de Matambú, Hojancha, provincia de Guanacaste, Costa Rica, para evaluar las condiciones de la gestión turística sostenible de noviembre 2023 a abril 2024.*

A su vez, Muñoz y Picado (2024) señalan que “Los resultados de los instrumentos empleados proporcionaron observaciones que señalan que las capacitaciones deben solventar la necesidad de ofrecer programas de formación tanto dirigidos a los actores claves involucrados en la gestión turística como a la comunidad en general” (p.158).

Por otro lado, según Bernal (2006), citado por Ulate y Vargas (2018), para formular un problema de investigación, se realiza una especie de pronóstico sobre la situación por estudiar. Dentro del planteamiento existe la necesidad de fortalecer algunas habilidades informáticas básicas que contribuyan al desarrollo económico y competitividad en las comunidades de Oreamuno.

Hay que mencionar, además que se abre la posibilidad de plantear dos niveles de preguntas. En primer lugar, la general recoge la esencia del problema. Por su parte, la secundaria indica los aspectos concretos que se deben investigar (Ulate y Vargas, 2018). Por tal motivo, se plantea la pregunta general, que es la esencia del problema, ¿cuáles son las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno? Y como pregunta secundaria, ¿qué fundamentos de la educación técnica y de la educación no formal se pueden utilizar para capacitar a las

personas emprendedoras de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno? Cabe señalar que esta estructura de formulación se hace a partir del enfoque Ulate y Vargas (2018).

Dicho esto, se procede a formular el problema para la investigación, el cual, según Barrantes (2018), es la concreción en una pregunta precisa y delimitada en cuanto a espacio, tiempo y población. Por tal motivo, se lleva a determinarlo de la siguiente manera: ¿cuáles son las habilidades informáticas básicas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno?

Todavía cabe señalar, que el problema que se formula es preciso. Tiene una extensión limitada, es original y es viable. Dentro de lo que plantea Barrantes (2008), sobre el tipo de problema, el sugerido dentro de esta investigación es un problema aplicado, ya que tiene como objetivo el estudio destinado a la acción, a la utilización inmediata de los resultados en busca de una solución para un bien común.

Por ello, se estableció un objetivo general y tres específicos como meta. Lo anterior, con el fin de tener un claro propósito y poder garantizar resultados que vayan a darse en el proceso de la investigación y análisis de datos.

1.3 Objetivos

En esta sección se presenta los objetivos relacionados con el proceso de investigación. Para Bernal (2016) la definición de los objetivos determina el rumbo de la investigación que va a realizarse. Estos deben ser claros, precisos, realistas y alcanzables para evitar confusiones, en virtud de esto se plantean los siguientes objetivos.

1.3.1 Objetivo general

Diagnosticar las habilidades informáticas básicas a través de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno para

establecer un programa de capacitaciones desde los fundamentos de la educación técnica no formal, durante los meses septiembre a diciembre de 2024.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.
- Determinar el perfil socio-tecnológico de las personas emprendedoras en actividades turísticas del cantón de Oreamuno.
- Definir los fundamentos que se requieren de la educación técnica no formal para el desarrollo de un programa de capacitación.
- Elaborar un plan de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.

1.4 Antecedentes teóricos o prácticos

Conforme a los objetivos ya mencionados se procede delimitar los antecedentes. Estos permiten conocer si existe o no alguna razón fundada con relación a la investigación y si se encuentra material de apoyo para llevarla a cabo. Campos (2015), menciona los antecedentes como herramienta para apoyar la defensa de la investigación y su formulación; para demostrar que se hizo una revisión exhaustiva de lo relacionado con la investigación que se propone y conocer las investigaciones anteriores para comprender el estado actual a nivel mundial y nacional.

Se procedió a consultar las bases de datos del SIBDI TEC, bases de datos abiertas y suscritas del TEC. Entre las más consultadas se encuentran *Digitalia*, *JSTOR*, *ProQuest Central*. Adicionalmente, se consultaron los catálogos institucionales del Instituto Tecnológico

de Costa Rica (Catalogo SIBITEC), Universidad Estatal a Distancia (Catalogo en línea de la UNED), Universidad de Costa Rica (OPAC Catalogo público)

En el siguiente apartado, se recopilan documentos internacionales como artículos de revistas, tesis, proyectos de graduación y libros del 2014 al 2024. Estos guardan relación directa o indirecta con el tema, el problema y los objetivos de la investigación.

1.4.1 Antecedentes internacionales

La selección realizada sobre los antecedentes internacionales, responden a una revisión bibliográfica internacional para conocer el contexto mundial en cuanto al tema de la investigación. Esta búsqueda cumple con el objetivo general de diagnosticar las habilidades informáticas básicas a través de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno en septiembre a diciembre de 2024.

Esta revisión corresponde a un lapso del 2014 al 2024 con un rango de zonas geográficas como España, Argentina, Chile, Perú, Ecuador y México, Lo anterior permite tener información relevante afín al problema de cuáles son las habilidades informáticas básicas las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.

En la revisión bibliográfica realizada, se logró identificar tres libros, cuatro artículos académicos y tres tesis. A continuación, se procederá a exponer los antecedentes en orden cronológico. Además, se indica el aporte específico de cada uno, con la intención de justificar la presente investigación.

En el libro titulado *Guía de tecnología, comunicación y educación para profesores: preguntas y respuestas*, realizado por Tejedor y Pérez en el 2014, se brindan un conjunto de herramientas *off-line* que se pueden utilizar para generar procesos de aprendizaje. Además, se

menciona el Internet, Web 2.0, las búsquedas de información, software y derechos de autor, las redes sociales y de información.

El artículo *Competencias digitales en el estudiante adulto trabajador* de Camacho, Gómez y Pintor (2015), refiere a una investigación que se realizó en México. Para llevarla a cabo se utilizó un enfoque mixto y el diseño fue transaccional. También la población fue de adultos de 25 a 30 años. Para obtener la información utilizaron una encuesta que recopiló información sobre el nivel de conocimiento en el manejo de las TIC. Se estructuró mediante escalas Likert en una escala de grados (de acuerdo/desacuerdo). Los apartados de la encuesta fueron: Datos Generales, Manejo de Plataforma y Herramientas, Investigación en Línea y Competencias instrumentales informáticas.

Dentro de las conclusiones que aportan las personas autoras del artículo, se encuentran las relacionadas con las competencias digitales generales que el estudiante adulto trabajador debe tener para poder desempeñarse. Estas son:

- Manejo de información para llevar a cabo la investigación, análisis y síntesis de lo relevante de los temas a estudiar, para evitar el plagio.
- Administración del tiempo: uso eficiente de la agenda de los tiempos del estudiante, para que destinen los adecuados a sus diversas actividades.
- Comunicación mediante las TIC: manejar las herramientas de mensajería interna, foros, correos electrónicos, así como la adecuada redacción y expresión (Camacho, Gómez, Pintor, 2015, p. 22),

El artículo *La Web 2.0 más que una actitud para fortalecer la inclusión social y el desarrollo profesional*, publicado en 2015 por Gatica y Valdivia, aporta datos de una investigación realizada en los países Chile, Ecuador y Argentina, a partir de la valoración de la

formación a distancia dada en dichos países. Mediante el curso se incorporan herramientas web 2.0 en el diseño de prácticas pedagógicas del profesorado.

Se identifican aspectos relevantes que se encuentran en la publicación, como lo es el concepto de inclusión digital en el ámbito de la integración social. Sobre este punto, los autores indican lo siguiente:

La inclusión digital en la sociedad del conocimiento es un factor fundamental para el desarrollo no solo de los colectivos comunitarios, sino que, de la sociedad global, entidad que se encuentra cada vez más integrada en el mundo digital y con evidentes desafíos en lo que respecta al desarrollo de las tecnologías de la información, desde la mirada económica, social, política, y educativa, entre otras. (Gatica & Valdivia, 2015, p.153)

Otro aspecto, está relacionado con la formación virtual en donde plantearon dos dimensiones la Tecnológica y la Pedagógica. Estas las describieron de la siguiente manera:

La dimensión tecnológica supone la selección de las herramientas tecnológicas adecuadas al proceso formativo que se desea realizar. Asimismo, analiza sus posibilidades y limitaciones, tales como la plataforma virtual, las aplicaciones de software, los recursos multimedia, etc.

La dimensión pedagógica hace referencia al conocimiento que debe tener los destinatarios. Además, se da el análisis de los objetivos y/o competencias de la formación virtual, desarrollo e implementación de los contenidos, planificación de las actividades, con orientaciones y sugerencias sobre el uso de las herramientas tecnológicas en el desarrollo de las actividades, y la preparación de un plan de evaluación de los procesos y de los resultados. (Gatica & Valdivia, 2015, p.160)

En la investigación realizada por Alcalá (2017), en el artículo “*Propuestas metodológicas para la alfabetización mediática de las personas mayores, se brinda una lista de causas que provocan el distanciamiento de las personas a la tecnología*”, se proponen los siguientes aspectos:

1. La utilidad: Muchos mayores desconocen cuál es la utilidad de algunos dispositivos e instrumentos que puede mejorar su calidad de vida.

2. La complejidad en el uso: A muchos les inquieta el hecho de adentrarse en un mundo demasiado complejo para ellos. Una gran cantidad de personas no se atreve utilizar estas herramientas por miedo a equivocarse. Estos usuarios piensan que en cualquier momento pueden tocar una tecla inadecuada y perder toda la información o incluso borrar el contenido del disco duro.

3. El sentimiento de desfase: Según las últimas estadísticas, la mayoría de los adultos mayores que se introducen de forma autónoma en el mundo de las nuevas tecnologías suelen contar con una edad de entre 50-55 años. Por lo cual, existe un sentimiento de desfase con respecto a estos nuevos instrumentos.

4. Capacidad económica reducida: La capacidad de acceso a la tecnología más actual por parte del sector de la tercera edad es más dificultoso, debido a los altos costes que aún supone.

5. La exclusión de la tercera edad en la sociedad de consumo: Actualmente los productos tecnológicos son los más publicitados en los medios de comunicación de masas. Sin embargo, dicha publicidad rara vez es protagonizada por personas mayores. Por ello, como es un producto que no va dirigido a ellos, les genera un sentimiento de indiferencia y desinterés hacia dichos productos (Alcalá, 2017).

Adicionalmente, reseña las *Big Six Skills* que hay que contemplar para los procesos de aprendizaje en TIC, como se muestra en la Figura 3.

Figura 3.

Big Six Skills

1. Definición de la tarea.
 1. Definir el problema de información.
 2. Identificar la información que se necesita para completar la tarea (para resolver el problema de información).
2. Estrategias de búsqueda de información.
 3. Determinar el rango de las posibles fuentes (brainstorming).
 4. Evaluar las posibles fuentes diferentes para determinar prioridades (seleccionar las mejores fuentes).
3. Localización y acceso.
 5. Localizar las fuentes (intelectual y físicamente).
 6. Encontrar la información en las fuentes.
4. Uso de información.
 7. Comprender (leer, oír, ver, tocar...) la información de la fuente.
 8. Extraer información relevante de la fuente.
5. Síntesis.
 9. Organizar la información de múltiples fuentes.
 10. Presentar la información.
6. Evaluación.
 11. Juzgar el producto (efectividad).
 12. Juzgar el proceso de resolución del problema (eficiencia).

Nota: (Alcalá, 2017, p. 210)

El artículo brinda recomendaciones para la optimización de los cursos sobre TIC, entre las que se enumeran:

- El tamaño de las clases debe ser reducido.
- Los estudiantes deben ser separados por nivel de competencias y experiencia.

- El énfasis debe ser puesto en construir una experiencia inicial positiva con los ordenadores para reducir la ansiedad tecnológica y construir actitudes positivas.
- Los materiales educativos deben enfocarse a determinados objetivos de los estudiantes como se especifica en la fase de evaluación de las necesidades.
- Los profesores deben evitar el empleo de jerga técnica cuando enseñen a personas mayores sobre ordenadores.
- Los materiales educativos deben ser organizados en series de unidades bien definidas que aumentan en complejidad paulatinamente. Estas unidades deben ser relativamente breves para prevenir la presentación de “demasiada información” de una vez.
- Un análisis de tareas debe ser realizado para cada tarea informática que las personas mayores quieren aprender.
- Los materiales de enseñanza deben incluir formación sobre adaptaciones que compensen la disminución porcentual de las habilidades motoras y cognitivas, especialmente durante la fase de análisis personal.
- Los estudiantes deben ser animados a practicar a su propio ritmo las competencias aprendidas previamente.
- Los materiales del curso para estudiantes nuevos deben ser presentados en formato procedimental paso a paso. De forma similar, el aprendizaje con profesor debe ser acompañado de materiales de referencia “paso a paso” que provean de soporte cognitivo para la práctica posterior.
- La formación debe progresar a un ritmo confortable para los estudiantes mayores. (Alcalá, 2017, pp. 216-217)

En el libro *Tecnología y educación: Experiencias y miradas para la implementación de las nuevas tecnologías en el aula*, Gulló (2019, p. 8) realiza es un compendio de experiencias para la enseñanza que se pueden adaptar a diversas disciplinas educativas. Dentro de los contenidos, se encuentra la historización de las redes sociales y brinda procedimientos tales

cómo producir y enlazar un código QR, crear realidad aumentada, registra y desarrolla secuencias novedosas de diversas fuentes y por el otro propone horizontes prácticos inéditos o escasamente explorados que - a nuestro entender- suponen el desafío más riesgoso, pero, al mismo tiempo, el más enriquecedor de la práctica docente.

El artículo *América Latina: entre el envejecimiento y el tsunami tecnológico*, de Finquelievich, publicado en el 2020, brinda un panorama general sobre el desarrollo de la tecnología en América Latina y los retos que trae para una sociedad que se encuentra envejeciendo. En el texto se menciona que la tecnología implica la adquisición de un conjunto de conocimientos, destrezas y habilidades para poderse mantener en el ámbito laboral. Además, la autora señala sobre el panorama:

Los temores al desempleo tecnológico, a la sustitución de humanos en el trabajo por IA y robótica, se incrementan en tiempos de crisis económica: cuando baja la oferta de empleo se hace más evidente que desde hace tiempo existen trabajos en los que la máquina reemplaza al humano. La crisis mundial incita el temor de que la rápida evolución tecnológica terminará por volver obsoleto al ser humano.

Asimismo, el panorama que brinda dentro del artículo académico es el siguiente:

Si la inequidad de salarios aumenta, la oferta de nuevas habilidades y saberes debe incrementarse aún más rápidamente, sobre todo para los menos educados. La buena noticia es que los empleos que requieren educación media y que ofrecen salarios medios no desaparecerán: mientras muchos trabajos que requieren de habilidades medias pueden ser automatizados, otros requieren una mezcla de capacidades que necesitan de la flexibilidad del cerebro (y el corazón) humanos. (Finquelievich, 2020, pp. 21-22)

Adicionalmente, la tesis realizada en el 2022, titulada *Las características del emprendedor en el posicionamiento de las startups y Pymes* de Ortiz y Paredes, es una investigación de tipo

cualitativa que se realiza en Perú. Consiste en la revisión de diversas investigaciones y, a partir del estudio de los resultados, se logra determinar desde una perspectiva bibliográfica algunas conceptualizaciones y conclusiones.

Sobre la persona emprendedora y sus características, Ortiz y Paredes (2022) mencionan:

[...] las características que distinguen al emprendedor de otras personas se componen por una serie de atributos y la forma de utilizarlos para asegurar el éxito. Entre los principales se encuentran: la creatividad e innovación, la confianza en sí mismo y sus capacidades, la perseverancia, la capacidad para manejar problemas y la aceptación del riesgo. (p. 14)

En relación con el valor de las capacitaciones, Ortiz y Paredes (2022) señalan que:

[...] la capacitación, seis autores concordaron en que es un factor valioso que le da mayor competitividad a los emprendedores para posicionar sus startups o pymes. Esto debido a que proporcionan habilidades directivas y blandas, potencian la generación de ideas, la necesidad de lograr metas, la asunción de riesgos, promueven el desarrollo personal y los conocimientos sobre teorías en distintos campos como el marketing, la publicidad, el manejo de redes sociales y uso de herramientas tecnológicas que posibilitan proyectar su aplicación en la práctica. Como conclusión general, es posible establecer que las características que logran incrementar la competitividad de los emprendedores para lograr posicionar sus emprendimientos son importantes y algunas más determinantes (innovación, experiencia) que otras (capacitación). Asimismo, se encontró evidencia de que, por lo general, estas herramientas y factores funcionan mejor si van acompañadas de otras, además de contar con un entorno empresarial en el que puedan funcionar adecuadamente. (p. 64)

En la tesis *Plan de capacitación para promover el uso de las TIC en los procesos administrativos contables de empresarios comerciales de Lima del 2022 de Huere*, se responde a los paradigmas sociocrítico e interpretativo. El enfoque usado es el cualitativo. Por otro lado, las técnicas usadas son la guía de observación y la entrevista, aplicadas a emprendedores.

Estas técnicas se realizaron en los emprendedores comerciales y el diagnóstico evidencia el bajo nivel educativo y de alfabetización en referencia al uso de las TIC. También se muestra el desconocimiento de los beneficios que éstas aportan y la ausencia de planes de capacitación en el uso de las TIC en relación con los procesos administrativos contables.

Otro aspecto que tiene valor dentro de esta investigación es la definición de capacitación y sus correspondientes tipos. La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por el cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias según objetivos definidos (Chiavenato, 2009). Así, el objetivo principal de la capacitación es que las personas estén capacitadas para ayudar a la organización o empresa a cumplir sus objetivos.

Algunos tipos de capacitaciones que se pueden adaptar a este proyecto son las señaladas por Huere (2022), las cuales son:

- **Capacitación para el trabajo.** Es la actividad que se le otorga a una persona para que realice una labor determinada. Esto se aplica a diversas ramas, este tipo de capacitación le permitiría al individuo crecer personal, académica y profesionalmente en el uso de las TIC.
- **Capacitación promocional.** Este tipo de capacitación tiene por fin brindarle al empleado la oportunidad de ascender a un rango de mayor jerarquía en la compañía u organización, así obtendría mayores conocimientos para desempeñarse en sus nuevas labores, desarrollándose así las competencias necesarias para asumir con eficiencia su nuevo puesto.

- **Capacitación laboral dentro de la empresa.** Es el tipo de capacitación que pretende desarrollar el crecimiento integral de sus colaboradores, en relación con sus actitudes y habilidades. [...]. (pp. 31- 32)

En el apartado de anexos 1 y 2, se encuentra los instrumentos. Estos son una encuesta y un cuestionario que se aplicó dentro de la investigación. Asimismo, es necesario mencionar que son los mostrados en las figuras 3 y 4.

Figura 4.

Entrevista semiestructurada usuario (emprendedores)

ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA A USUARIOS (EMPRENDEDORES) EN EL USO DE LAS TIC ACERCA DE LA NECESIDAD DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN EN EL USO DE LAS TIC.

Datos informativos:
 Nombres y apellidos del entrevistador: _____
 Nombres y apellidos del entrevistado: _____
 Lugar y Fecha: _____

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

- Constatar el nivel de conocimiento en el uso de las TIC, desde su propia percepción, para contribuir a la elaboración de un plan de capacitación en el uso de las TIC.

INDICACIONES:

- Estimado(s) usuario(s) a continuación se le realizarán una serie de preguntas que considere responder con absoluta sinceridad y detalle, recuerde que no hay respuestas buenas, ni malas pero que si serán consideradas como parte del levantamiento de información en pro del desarrollo de un plan de capacitación en el uso de las TIC.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los equipos y las herramientas digitales que dispone usted para trabajar de forma virtual en los procesos administrativos contables?
2. ¿Considera usted, conocer el funcionamiento correcto de los equipos tecnológicos para el desarrollo de sus actividades, tales como laptop, computadoras y celular? Mencione el equipo tecnológico que domine.
3. En las actividades de su vida diaria, ¿Cuándo es que usted hace uso de las TIC como herramienta de estudio y trabajo?
4. ¿Considera usted el valor y el gran aporte en reconocer el impacto positivo de la integración de las TIC en la educación, en lo laboral y en la sociedad? Mencione el porqué.
5. ¿Percebe usted, que las condiciones y el acceso al uso de las TIC son asequibles o encuentra dificultad o limitación alguna? ¿En qué momento o con que programa encuentra usted mayores dificultades?
6. ¿Actualmente cómo se desarrolla usted en el uso de las TIC en los procesos administrativos contables?
7. ¿Alguna vez usted ha sido evaluado en el uso de las TIC? Si la respuesta fue afirmativa, ¿cuál fue su diagnóstico?
8. Según su diagnóstico y conocimiento actual en el uso de las TIC, ¿cuáles son las razones por la que usted requeriría los servicios de un analista externo para sus procesos administrativos contables?
9. De acuerdo a sus conocimientos actuales en el uso de las TIC, ¿cuales son sus áreas de dominio en Microsoft office y webs?
10. ¿Qué espera usted encontrar en un plan de capacitación en el uso de las TIC?, ¿Cuánto tiempo podría dedicarle?
11. ¿Cree usted que es importante evaluar sus conocimientos terminando el plan de capacitación? ¿Por qué?

Fuente: (Huere, 2022, pp. 95-96).

Adicionalmente, se muestra en la Figura 5 el modelo de cuestionario dado por Huere.

Figura 5.
Cuestionario

Ítems	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en desacuerdo
Hago uso de las TIC en mi quehacer diario				
Poseo las fortalezas necesarias en el manejo de Microsoft Office (Word, Google Docs.) Hojas de Cálculo (Excel, Google Sheets) y Programas de Presentación (PPTX)				
Valoro el aporte en el uso de las TICs en lo académico y laboral				
Reconozco el aporte y presencia de las TIC en toda actividad humana				
Percibo que las condiciones y acceso al uso de las TIC son asequibles en mi caso.				
Estoy dispuesto a recibir información que me empodere en el uso de las TIC.				
Cuento con acceso de banda ancha de internet o wifi.				
Utilizo las herramientas de navegación por Internet y realizo con ellos tareas básicas de navegación por la Red: guardar direcciones en favoritos, recuperar direcciones del historial de navegación, etc.				
Cuento con competencias importantes en el idioma inglés.				
Estoy de acuerdo en participar en un plan de capacitación para el uso de las TIC.				
Estoy dispuesto a la apertura de nuevos cambios, mejoras y crecimiento personal, laboral y académico que se darán en mi vida diaria en el uso de las TIC.				
Cuento con un diagnóstico real que justifique la capacitación.				
Cuento con la debida información acerca de los métodos que se van a utilizar en el desarrollo de la capacitación.				
Reconozco mediante la evaluación la eficacia y los resultados obtenidos.				
Cuento con la disposición necesaria para el proceso en el desarrollo de la ejecución de la capacitación.				
Al término de la capacitación en el uso de las TIC. Tomaría la decisión de mi crecimiento personal y académico en Instituciones pedagógicas.				

Fuente: (Huere, 2022, p. 99).

1.4.2 Antecedentes nacionales

A continuación, se presentará la revisión bibliográfica local con el fin de conocer la situación nacional relacionado al tema de la investigación, y poder comprender las características y definiciones relevantes a las habilidades informáticas. Estos tienen una relación con el objetivo: diagnosticar las habilidades informáticas básicas a través de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno en septiembre a diciembre de 2024.

Esta revisión corresponde a un lapso del 2008 al 2024, dentro del territorio costarricense. Lo anterior con el fin de tener información relevante al planteamiento del problema de la investigación, ¿cuáles son las habilidades informáticas básicas las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno? Sobre este aspecto, se logran identificar dos artículos académicos y seis tesis desde bachillerato hasta maestría.

El artículo denominado *Propuesta de alfabetización de educación no formal, para hombres, mujeres y obreros inmigrantes nicaragüenses*, de Núñez (2008), es una investigación que presenta hallazgos sobre el nivel de alfabetización de mujeres y hombres. Además, incluye a obreros inmigrantes nicaragüenses, residentes en Costa Rica; específicamente, madres y padres de familia con niños en la Escuela Gonzalo Monge Bermúdez, del distrito de Pital de San Carlos.

En la investigación se determinan los motivos más relevantes por los que algunos nicaragüenses han inmigrado a Costa Rica. Además, se estipulan algunas necesidades a las que ellos desean dar solución en este país, así como el papel que pueden cumplir los procesos de educación no formal en la vida de estas personas. Además, define el concepto de educación no formal de la siguiente manera:

La educación no formal que es la modalidad educativa que comprende todas las prácticas y procesos que se desprenden de la participación de las personas en grupos sociales estructurados, deliberadamente educativos, pero cuya estructura institucional no certifica para por ciclos escolarizados avalados por el Estado. (Castro, 2008, p.144)

Un aspecto relevante es que, dentro de la investigación, se caracteriza la educación no formal por tipos, los cuales son:

En “Educación no formal y exclusión en Centroamérica” (Ooijens y Van Kampen, 2000), se rescata, según la UNESCO (2001) que existen muchos tipos de educación no formal distribuidos sobre las áreas productiva, cultural, social y política, donde menciona los siguientes tipos de educación no formal: educación para el trabajo, formación profesional, educación cultural-étnica, educación religiosa [...]. (Castro, 2008, p.148)

La tesis de maestría, titulada *Propuesta de talleres formativos, para implementarse en el proyecto escuela para madres del Albergue Hogar Casa Luz* del año 2012 por Rojas, caracteriza a los talleres como herramienta pedagógica y los criterios generales a considerar para planificarlos.

Se apoya en Ander (1991), del cual Maya (2007) lo explica como “una forma de enseñar y sobre todo de aprender, mediante la realización de “algo”, que se lleva a cabo conjuntamente. Es un aprender haciendo en grupo” expresa que la metodología de talleres en el área educativa es una importante alternativa que permite superar muchas limitaciones de las maneras tradicionales de desarrollar la acción educativa. Este aspecto facilita la adquisición del conocimiento por una más cercana inserción a la realidad y por una integración de la teoría y la práctica, a través de una instancia en la que se parte de las competencias del alumno y pone en juego sus expectativas, señala Rojas (2012, p. 47).

Dentro de los elementos a considerar para aplicar los talleres están:

Edad de los alumnos (niveles evolutivos y desarrollo personal), Centros de interés y problemas dominantes; aficiones, Procedencia y origen, Características del entorno: - De las familias de las que provienen los alumnos (procedencia, origen, condición social, situación económica media, profesión y ocupación de la mayoría, etc.). - El contexto inmediato: barrio o pueblo en que viven, - El contexto amplio: circunstancias del país o de la región que tienen – o pueden tener- incidencia en el taller que se ha decidido realizar, Estructura del centro educativo., Recursos humanos y materiales disponibles, Situación y nivel educativo del centro: preparación del profesorado y Características del diseño curricular. (Rojas, 2012, p. 49)

El análisis FODA del Plan Territorial de Desarrollo del Consejo Territorial de Desarrollo Rural (2016, p.66) de la región cita por ejemplo la falta de asesoramiento y tecnología para las pequeñas y medianas empresas en la región de Cartago, Oreamuno, El Guarco y La Unión, bajo la dimensión Innovación y Cambio Económico. Esto implica que para este tipo de empresas es fundamental aplicar programas de apoyo para dotarlas de herramientas y especialistas necesarias para mejorar la competitividad y capacidad de adaptación a los cambios del negocio y la demanda de la región, con los consiguientes beneficios en la economía de la localidad.

En el Instituto de Desarrollo Rural (2019), se menciona que el *Encuentro de Mujeres Rurales 2019* organizado para el territorio conformado por los cantones rurales Cartago, Oreamuno, El Guarco, La Unión; se desarrollaron varias actividades. En este ellas sobresale la integración de mesas de trabajo con diversos temas como PYMES, mercadeo, plan de negocios, tecnología, IVA y factura digital.

La investigación del 2021 *Programa de capacitaciones y asesoramiento en computación y mercadeo digital para las empresas enfocadas al turismo rural comunitario de la Península de*

Osa, en el II Semestre 2021 realizada por Samudio brinda la estructura de un programa básico de capacitación y asesoramiento en introducción a la computación. En el programa sobresalen los siguientes contenidos:

1. Introducción al uso del correo electrónico: herramientas, redacción de mensajes, el correo como documento oficial, tipos y marcas de correo, entre otros.

- Introducción a la edición básica de imágenes (*Photoshop*).
- Introducción al programa *Word*.
- Introducción al programa *Excel*.
- Introducción a los programas: *PowerPoint*, *Publisher* y *Canva*.
- Diseño y presentación de contenido de publicidad.

(Samudio, 2021, pp. 32-33)

Samudio (2021) brinda información general de los beneficios operativos que tiene la realfabetización digital, en el sector turístico, entre los que lista:

a) Blogs de turismo, **b)** Beneficio en herramientas digitales SEO (hacen referencia a Search Engine Optimization, que en español se traduce como optimización para motores de búsqueda. El SEO consiste en crear contenido y mejorar tu sitio web para que sea lo más atractivo posible tanto para Google, como para tus potenciales clientes), **c)** Participar en comunidades turísticas, **d)** Genera confianza, **e)** Publicidad digital es un valor agregado, **f)** Presencia en redes sociales, **g)** Contenido en teléfonos móviles (sic.). (Samudio, 2021, pp. 45-46)

Una de las conclusiones, principales de la investigación es la siguiente:

El mercadeo de productos y servicios turísticos de forma digital tiene muchos beneficios, la visibilización de las micro, pequeña y mediana empresa, genera que la planta turística se enriquezca; cabe recalcar que la planta turística existe, pero los clientes o clientes

potenciales actuales hacen sus elecciones mediante contenido encontrado en internet, lo que incurre qué, para el viajero el destino turístico como tal carece de planta turística, debido a la falta de visibilización digital, volviéndolo monótono y poco atractivo.

(Samudio, 2021, p.62)

La tesis de Fuentes (2021), *Propuesta de programa de capacitación a pymes para la gestión tributaria efectiva de las empresas ante un nuevo escenario tributario en Costa Rica, como un nuevo producto de la empresa Ones Asesores del 2021*, recalca el valor de los programas o planes de capacitación. En el texto se indica:

[...] deben ir direccionados a satisfacer objetivos muy específicos y a obtener conocimientos, sin que necesariamente medien calificaciones. A pesar de no pertenecer a un plan de estudios formal, siempre deben tener un orden y un objetivo aplicado al tema por desarrollar. (Fuentes, 2021, p.42)

El *Plan de Desarrollo Humano Local del Cantón de Oreamuno (2021-2031)*, de la Municipalidad de Oreamuno (2021) establece una serie de objetivos estratégicos enfocados en la educación como una herramienta clave para el desarrollo cantonal. Entre las líneas de acción prioritarias, destaca la propuesta capacitación integral de jóvenes, mujeres y líderes comunitarios, lo cual apunta a fortalecer habilidades y liderazgos locales. Además, el plan presenta acciones como ofertar talleres específicos para madres jefas de hogar y mujeres dedicadas al ámbito doméstico en áreas prácticas como pintura, repostería, costura y cómputo. Estas acciones no solo impulsan el empoderamiento y autonomía de las mujeres, sino que también contribuyen al desarrollo socioeconómico del cantón al fomentar habilidades que pueden generar ingresos adicionales y mejorar la calidad de vida en la comunidad.

El trabajo de licenciatura de Samudio del 2023, nombrado *Plan de capacitaciones para la mejora de los servicios y productos turísticos de la comunidad de La Palma de Puerto*

Jiménez, Puntarenas, II semestre 2023, hace referencia al valor que tiene las capacitaciones, dentro del ámbito del turismo. En el documento se establece de la siguiente manera:

Plan de capacitación para la mejora de servicios y productos enfocado en tecnología: tomando en cuenta la nueva realidad post pandemia, donde el consumo de la mayoría de los destinos turísticos se realiza por información presente en internet. Según *Statista Research Department* en América del Sur el 65 % de las ventas de los productos y servicios turísticos se realizó por medio de canales digitales (2023). La capacitación en tecnología mejora de la productividad. Aprender a utilizar herramientas y software de manera más eficiente y efectiva aumenta la productividad en el trabajo al automatizar tareas, optimizar procesos y facilitar la comunicación. (Samudio, 2023, p. 39)

Dentro de las diversas conclusiones que se aportan, se detalló sobre lo valorable que son las capacitaciones propiamente en las zonas rurales. Sobre esto Samudio (2023) indica:

La creación de un plan de capacitaciones para zonas rurales es importante para la mejora de la calidad de vida para los beneficiarios, la mejora de las habilidades blandas y duras de las personas es importante para la mejora tanto de la calidad de los productos como de los servicios. Las capacitaciones se pueden observar un poco básicas para pequeñas y medianas empresas turísticas, sin embargo, hay que tener presente que estas empresas y personas están trabajando con conocimientos empíricos con la experiencia que les ha generado la actividad mientras se han mantenido en operaciones, lo que implica que hay que generar algunos conocimientos básicos para poder comprender el lenguaje científico del sector turístico. (pp. 63-64)

Además, se puede mencionar la tesis de licenciatura de educación técnica, escrita por Solano (2023), denominada, *Propuesta de diseño de un programa de capacitación para el Departamento de Higiene y Ornato Ambiental de la Municipalidad de Oreamuno a través de un análisis del proyecto ambiental de compostaje doméstico en el 2023*. En el texto académico se

encuentra el diseño de un programa de capacitación del proyecto de compostaje doméstico que busca fortalecer la educación ambiental. También se determina los requerimientos educativos necesarios para realizar el diseño de la capacitación. Un aspecto relevante es que se comprende las capacitaciones como una forma de transmisión de conocimientos y conceptos básicos de desarrollo sostenible y temas ambientales específicos relacionados con el proyecto de compostaje doméstico.

El trabajo final de graduación, del Bachillerato en Gestión del Turismo Sostenible del 2024, denominado *Descripción de la participación de los actores sociales claves involucrados en las actividades turísticas culturales del distrito de Matambú, Hojancha, provincia de Guanacaste, Costa Rica, para evaluar las condiciones de la gestión turística sostenible de noviembre de 2023 a abril de 2024*, es una investigación de método mixto. Incluyeron entrevistas, observación, revisión de medios y encuestas utilizando el método Likert. Los resultados revelaron una diversidad de actores sociales involucrados en el turismo sostenible de Matambú, con niveles variables de participación.

Muñoz y Picado (2024) recalcan el valor que generan las capacitaciones además de lo necesarias que son. Como a continuación se señala:

Los resultados de los instrumentos empleados proporcionaron observaciones que señalan que las capacitaciones deben solventar la necesidad de ofrecer programas de formación dirigidos a los actores clave involucrados en la gestión turística y a la comunidad. (p. 158)

Tomando en cuenta los antecedentes de la investigación de Muñoz y Picado (2024), se toma como referencia la pertinencia de realizar esta investigación con el fin de obtener información relevante sobre el perfil de emprendedores de la zona del cantón de Oreamuno de Cartago. Estas investigaciones revisadas demuestran el aporte que da las capacitaciones a las comunidades rurales y cómo contribuyen a la formación integral de las personas en general.

Dentro de las bibliografías revisadas, se encontró una acerca de un proyecto llamado *Jornadas Participativas*. Estas, como señala Álvarez (2024, p. 45), consisten en identificar cómo perciben el desarrollo turístico los distintos actores sociales locales del cantón de Cartago, al emplear una metodología participativa con un enfoque territorial y sostenible, orientado a fomentar procesos socioeconómicos más equitativos y realizadas con la colaboración del Instituto Tecnológico de Costa Rica, por medio del Bachillerato de Gestión del Turismo Sostenible (GTS). Este proyecto se replica en cantones como Paraíso, Oreamuno, entre otros.

En esta actividad las personas participantes señalan cuáles son los intereses de desarrollo en la zona (cantón de Cartago) y las necesidades para lograr ese desarrollo. Indican que son prioritarias las capacitaciones, mejora de carreteras, financiamiento y promoción turística.

Mora (2023), citando lo mencionado por Ortiz (2023), señala que, es fundamental entender la percepción y las necesidades de quienes habitan estas comunidades, con el fin de proporcionar una guía y apoyo que se plasmarán en un informe diagnóstico. Este informe será compartido con los mismos actores, instituciones, la municipalidad y otras asociaciones, para que, mediante un esfuerzo conjunto, se alcancen los resultados.

De las bibliografías nacionales antes mencionadas las más relevantes son la de Rojas (2012), Consejo Territorial de Desarrollo Rural (2016), Municipalidad de Oreamuno (2021), Samudio (2021) y (2023), Muñoz y Picado (2024) y Álvarez (2024). Lo anterior se afirma pues son las que tiene más relación con el proyecto de investigación que se desea desarrollar.

1.5 Justificación

Para Bernal (2016), toda investigación está orientada al conocimiento o a la solución de algún problema. Por consiguiente, es necesario justificar o exponer los motivos que merecen la investigación.

Por lo tanto, se realizará una justificación práctica. Ese mismo autor se considera que una investigación tiene una justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema, o por lo menos propone estrategias para aplicarse que contribuirán a resolverlo.

El problema cuáles son las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno, se fundamenta a partir de una investigación realizada por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, bajo la modalidad de Trabajo Final de Graduación (TFG) del Bachillerato en Gestión del Turismo Sostenible, durante el 2023 y parte del 2024 en la zona geográfica mencionada, realizado por Muñoz y Picado (2024).

El TFG describe la participación de los actores sociales involucrados en el turismo cultural. Asimismo, se recopiló información con entrevistas con líderes de la comunidad y, a partir de ellas, se recomienda incorporar procesos de capacitaciones para fortalecer las actividades turísticas culturales de la comunidad.

La formulación del problema se circunscribe a determinar las habilidades informáticas que tienen las personas emprendedoras del territorio de Oreamuno. Para poder caracterizar de manera inicial a las personas emprendedoras, se parte de algunos de los criterios expuestos por Marina Diotallevi (2022), en su participación en el taller denominado *Empresarias que impactan el turismo costarricense*. En la ponencia explica el tema sobre la situación y el rol de las mujeres emprendedoras en el turismo de Costa Rica en el contexto área de Latinoamérica y el Caribe (LAC). Asimismo, brinda los siguientes datos de Costa Rica: 1) el 60 % de todas las personas emprendedoras son mujeres. 2) El promedio de edad es 37 años, 3) la principal motivación es la independencia económica. 4) Las mujeres se enfrentan a varios retos, entre los retos que se identificaron tienen relación con la educación y la capacitación.

En el contexto de la investigación, esos dos elementos de la educación (técnica y la no formal) y capacitación son piezas bases para la propuesta, porque se parte de la comprensión de la educación como un derecho humano fundamental, según la jurisprudencia nacional.

En relación con punto anterior, en la página oficial del Ministerio de Educación Pública (www.mep.go.cr), la educación técnica profesional es un subsistema del sistema educativo formal. Su origen data del 1958 por la Ley Fundamental de Educación. Asimismo, es una alternativa de formación integral para que se incorporen al campo laboral.

También esta oferta académica es brindada por diferentes Colegios Técnicos Profesionales (CTP). La oferta actual se da en tres modalidades principales: Comercial y Servicios, Agropecuaria e Industrial. Finalmente, está diseñada y orientada para brindar a las personas la capacitación y los conocimientos necesarios para desempeñarse en alguna de las especialidades que responden a la demanda del mercado.

Existen otras modalidades, que se encuentran fuera del subsistema. Una de ellas es la educación no formal, la cual consiste en una actividad organizada, sistemática, educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto de adultos como niños, tal y como lo señala Luján (2010).

Ambas acciones educativas, ya sea que provengan del sistema como la educación técnica como la opción de la educación no formal, ayudan a materializar el derecho humano, que es la educación. Se diferencian en que la educación técnica provee un grado específico, pero la educación no formal, es una actividad sistematizada que se diseña en función de explícitos objetivos de formación o de instrucción, que no están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo formal.

Por lo tanto, al partir de la interrogante investigativa, en donde las personas emprendedoras probablemente tengan el perfil de 37 años, mayoritariamente mujeres, estas buscan mayor independencia económica y la educación no formal puede ser una opción viable para mejorar sus condiciones. Luján (2010) menciona que es importante generar acciones que responden a objetivos específicos, como ampliar el conocimiento en habilidades informativas,

con el propósito de mejorar las condiciones de vida de diversos grupos humanos, mediante procedimientos participativos promotores de transformaciones individuales y colectivas.

Al realizar la revisión de varias investigaciones, tanto nacionales como internacionales, se demuestra que las capacitaciones, contribuyen a generar procesos socioeconómicos más equitativos. Cabe mencionar que los contenidos desarrollados por las propuestas de capacitaciones de las investigaciones impactaron de manera positiva en diversos grupos sociales.

Es conveniente realizar la investigación, porque va a acercar al Instituto Tecnológico de Costa Rica por medio de la Escuela de Educación Técnica, a una de las comunidades cercanas a la sede central. Muñoz y Picado (2024) indican que las capacitaciones tienen que ofrecer programas de formación, por lo tanto, la utilidad radica en generar una propuesta de un programa de capacitaciones para fortalecer las habilidades informáticas de la población.

Asimismo, Diotallevi (2022) realiza la siguiente valoración y permite fundamentar la utilidad de la investigación. La persona investigadora indica:

La educación y la capacitación en materia de turismo promueven la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el sector. Permiten mayor participación en el mercado de trabajo. Contribuyen al crecimiento y desempeño empresarial. Se observa una carencia de capacitación en administración, contabilidad, mercadeo y finanzas.

Lujan (2010) nombra el valor de las universidades mediante acciones educativas, y así generar procesos complementarios. Sobre este aspecto, Luján (2010) menciona:

Las universidades públicas y privadas poseen los programas de extensión docente y cultural, los cuales promueven acciones educativas para fortalecer el desempeño laboral de sus funcionarios y de una población externa diversa; estos facilitan la adquisición de competencias profesionales. Además,

complementan los planes de estudio formales, según los diversos campos de acción. (p.105)

La relevancia social y la implicación práctica consisten en que se parte de una investigación previa, en donde se va a dar apoyo a procesos colaborativos entre las comunidades de Oreamuno y el Instituto Tecnológico de Costa Rica. Además, producto del diagnóstico que se vaya a realizar, se puede generar una propuesta que vendrá a resolver un problema real, cuando se determine cuáles son las habilidades informáticas de las personas que pertenecen a organizaciones sociales que desarrollan actividades turísticas. Esto conlleva, como los señalan Diotallevi (2022) y Luján (2010), a un beneficio para las personas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno, que pertenecen a diferentes organizaciones sociales que desarrollan alguna actividad turística del territorio. Lo anterior, con el fin de adquirir o consolidar conocimientos y competencias que contribuyan de manera progresiva a mejorar sus condiciones económicas y sociales, pero al mismo tiempo fortalecer a cada una de las personas participantes como seres integrales.

Se puede prever que la utilidad metodológica de la propuesta investigativa es que se va a crear un instrumento para poder realizar el diagnóstico dentro de la comunidad y, a partir de ello, recolectar y analizar datos, construir una propuesta de capacitación que esté acorde con las necesidades detectadas, y que tome en cuenta sus condiciones materiales. Por lo tanto, la propuesta educativa, que parte de la Educación Técnica y de la Educación No Formal, responderá a un objetivo específico al facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares como las personas emprendedoras, tal como lo señala Luján (2010).

CAPÍTULO II:
MARCO TEÓRICO

En esta sección se explora y analiza conceptos que permiten la comprensión de lo que se desea lograr. Se contextualiza de forma que se pueda relacionar con investigaciones previas que permitan fundamentar el estudio a realizar. En otras palabras, se construirá el marco teórico, que comprenderá, según Bernal, “[...] la fundamentación teórica dentro de la cual se enmarca la investigación” (p. 164).

La fundamentación debe coincidir con el problema y los objetivos generales y específicos. Esto se puede realizar mediante el método del mapeo propuesto por Hernández, Fernández y Batista (2014), lo anterior surge de la revisión de la literatura e implica elaborar un mapa conceptual para establecer relaciones.

Conceptos generales

La educación se debe visualizar como un conjunto de acciones educativas que son permanentes y continuas. A su vez, están vinculadas a las oportunidades que tienen las personas para recibirlas, desde infantes hasta personas adultas.

Las acciones educativas pueden ser formales como no formales. Todas ellas llevan a la construcción humana. Como señala Dengo (2012) “el ser humano es objeto de la educación, por lo tanto, es proceso dinámico y formativo” (p. 5).

1.4.3 Educación

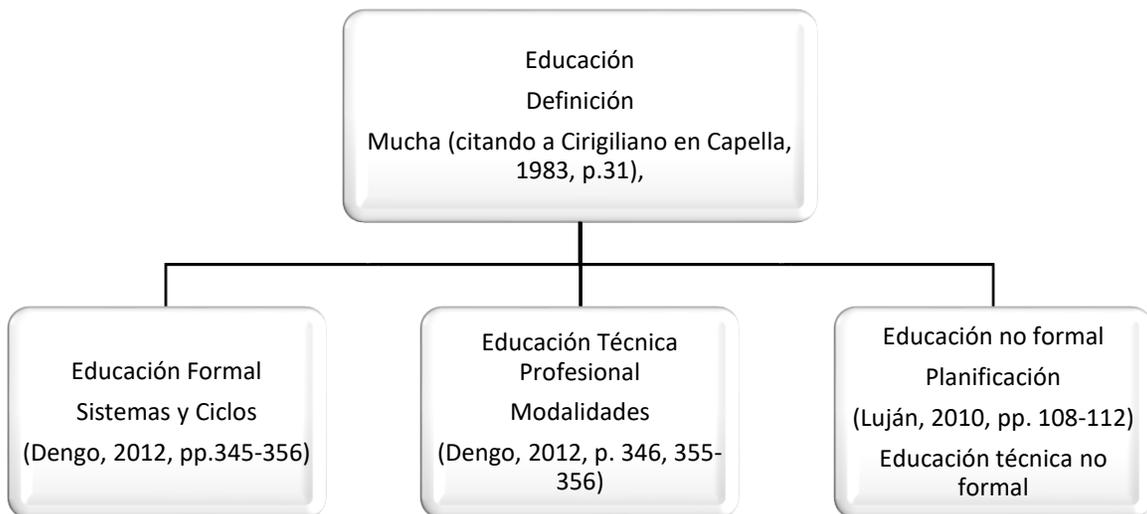
Mucha (citando a Cirigliano en Capella, 1983) indica:

Se puede entender por educación a un proceso o conjunto de actos por los que un grupo social o institución se constituye en un ambiente suscitado de experiencias (conocimientos, apreciaciones, etc.) en los sujetos, quienes, al liberar así tendencias activas o potencialidades, las transforman en disposiciones de conductas y se convierten en miembros según el modelo de valores de esa sociedad o institución. (p. 31)

En la Figura. 6 se muestra la ruta que se desea tomar a partir de la definición de la Educación.

Figura 6.

Mapa de la revisión bibliográfica de la Educación



Fuente: elaboración propia (2024).

1.4.4 Educación técnica no formal: principios, metodología y estrategia educativa

La investigación se plantea para realizar un diagnóstico que permita generar acciones educativas para un conjunto de personas que generan diversas actividades turísticas en Oreamuno. Por tal motivo, el concepto *educación*, tomado como base para comprender los datos que se generen producto de la acción indagatoria. Lujan (citando a Vasques, 1998) refiere a “[...] toda actividad organizada, sistemática, educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto de adultos como niños” (p. 102).

Lujan (2010, p. 107) también señala que esta “es una disciplina profesional que incluye etapas y procesos de planificación, organización, ejecución, monitoreo, evaluación y sistematización de acciones educativas, tendientes a promover un aprendizaje significativo y culturalmente apropiado, que abre opciones de formación a diversos grupos sociales” (p. 107). A continuación, se muestra la ruta a seguir para establecer las capacitaciones desde la educación técnica no formal en las definiciones en la Figura 7.

Figura 7.

Educación técnica no formal

**Educación técnica
no formal**

(Rojas, p. 45, 2012)

**Metodología de la Educación no
formal principios pedagógicos**
(Rojas, 2012, pp. 43-45)

Taller como estrategia educativa
(Rojas, 2012, pp. 46-50)

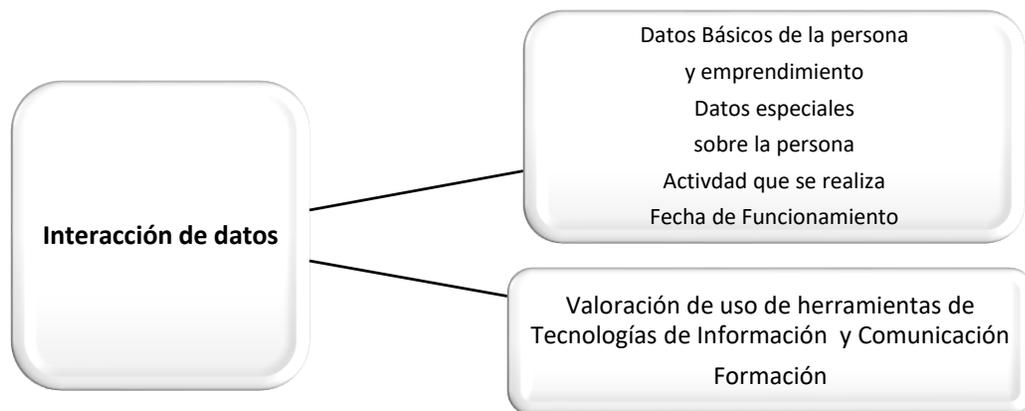
Fuente: elaboración propia a partir de Rojas (2012)

1.4.5 Perfil sociotecnológico

Se refieren a los datos que se puedan recopilar referentes a la persona física, de carácter ordinario, tales como: nombre y apellidos, dirección (Provincia, Cantón, Distrito), edad, género, datos especiales tales como origen étnico o cultural, actividad turística que se desarrolla, nombre del emprendimiento, según Samudio (2021). A esos datos se le suma la recopilación de datos relacionados con el uso de herramientas de tecnologías de la comunicación y la información, para determinar la valoración que realiza de las herramientas básicas dentro del emprendimiento.

Figura 8.

Perfil sociotecnológico



Nota: elaboración propia a partir de Samudio (2021).

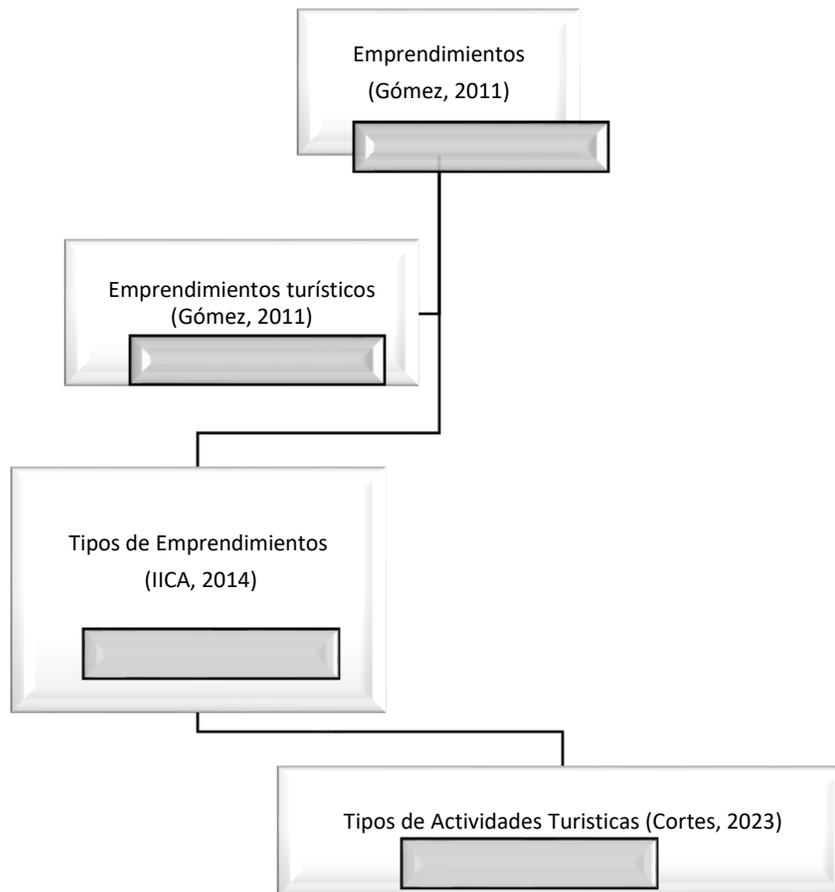
1.4.6 Emprendimientos turísticos locales y actividades

Se comprenden como aquella organización que realizan las comunidades locales. Buscan combinar las actividades tradicionales con actividades alternativas como el turismo, con el fin de aliviar las necesidades de la gente del sector rural. Parte de las actividades que se realizan se encuentran: etnoturismo, agroturismo, talleres gastronómicos, vivencias místicas, aprendizaje de

lenguas originarias, ecoarqueología, preparación y uso medicina tradicional, talleres artesanales y fotografía rural. En la Figura. 7, se muestran las actividades relacionadas con la población seleccionada para realizar el proyecto de investigación.

Figura 9.

Emprendimientos y actividades turísticas



Fuente: elaboración Propia a partir de Gómez (2021) y ILCA, (2024).

Para poder señalar actividades relacionadas con el turismo también se debe indicar que existe la subcontratación de servicios por parte de una empresa para cubrir necesidades operativas de sus actividades comerciales. Jiménez y Espinosa (citando a Purcell, 2003, p. 2559), señalan que el término subcontratación debe interpretarse de manera general. Asimismo, abarca cualquier forma en la que una empresa delega sus actividades descentralizadas. Estas

pueden llevarse a cabo dentro de sus propias instalaciones y utilizar sus recursos o en espacios externos que estén funcionalmente vinculados a su operación. En ambos casos, las tareas son realizadas por otras empresas bajo acuerdos contractuales directos o indirectos.

Soriano y Alarcón (citando a Foss, 1996, p. 30) mencionan que este considera que la subcontratación se define de manera más dinámica como la decisión de externalizar una actividad que anteriormente se realizaba internamente, lo cual constituye una forma de desintegración vertical. Desde esta perspectiva, la subcontratación puede implicar la transferencia de recursos materiales y/o humanos a un proveedor de servicios que sustituye los servicios internos.

Estos servicios, como ejemplo, pueden categorizarse por:

- hospedaje,
- agencias de viajes,
- restaurantes,
- arrendadoras de vehículos,
- transporte e
- intermediación.

Otros servicios que permiten aumentar la estadía del turista dentro del territorio pueden estar relacionados con actividades como:

- artesanía y manualidades,
- servicios de bienestar y entretenimiento,
- servicios de apoyo al turismo,
- agricultura, agropecuaria y comercio de productos locales,
- comercio de productos de especialidad y
- fabricación de productos locales.

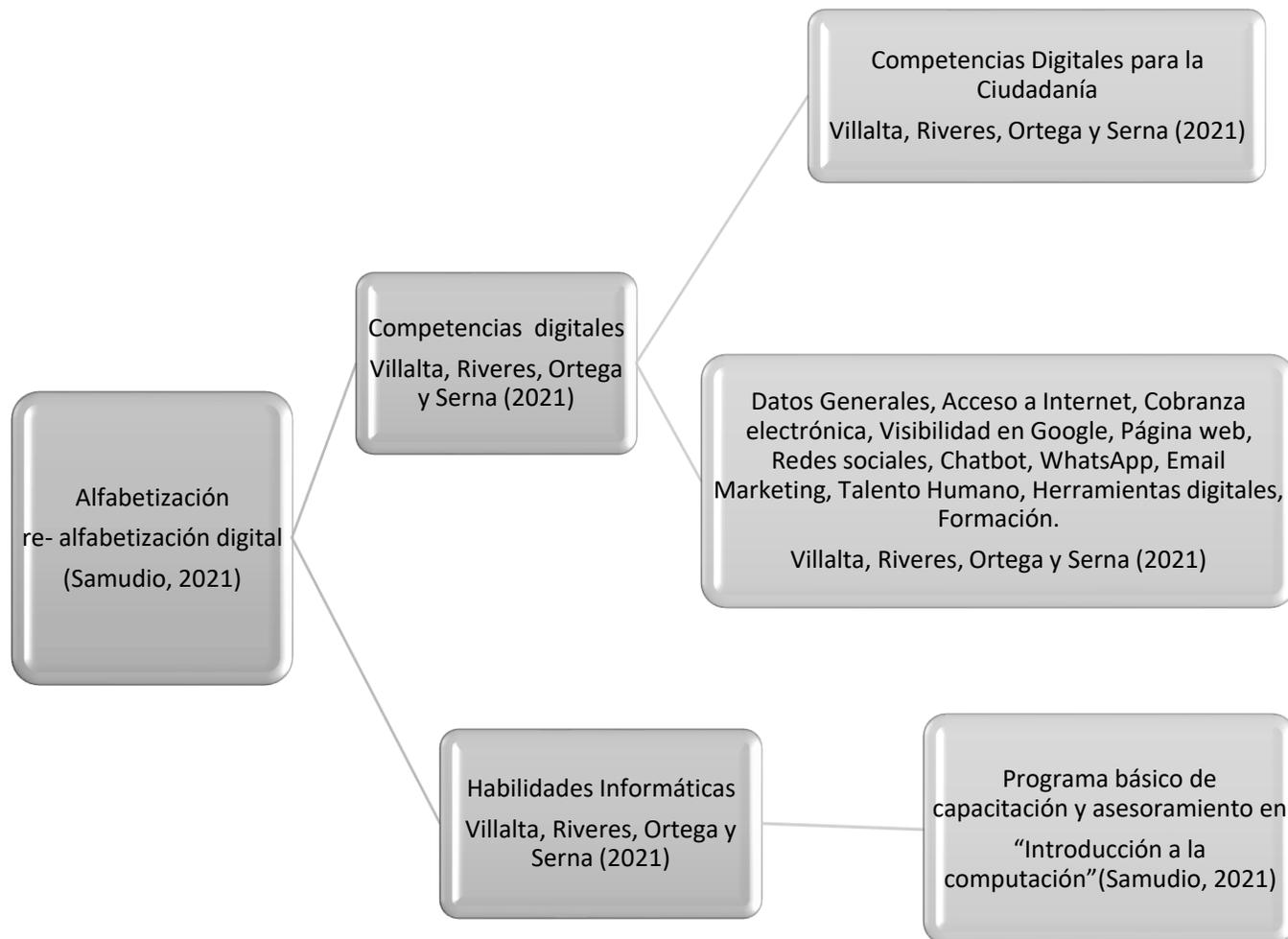
1.4.7 Alfabetización / Realfabetización digital y habilidades informáticas

La investigación realizada por Samudio (2021), señala la importancia de que la persona emprendedora, cuente con los conocimientos básicos para desenvolverse en medios digitales. El autor indica que esto “[...] genera personas autónomas en un ámbito digital, aumenta la creación de contenido digital personalizada e incrementa la utilización de medios y herramientas tecnológicas de comunicación y distribución de contenido de promoción y publicidad digital” (Samudio, 2021, p. 33).

Los conocimientos básicos de los medios digitales generan las habilidades digitales de las personas emprendedoras para que puedan incorporarlas a los diversos procesos de gestión y sostenibilidad que necesitan los emprendimientos turísticos. Tal como lo señala Samudio (2021) y Villalta, Riveres, Ortega y Serna (2021), estas habilidades implican la capacidad de comprender los medios de comunicación, buscar información y saber analizar críticamente los datos recuperados, así como ser capaz de comunicarse con otras personas al utilizar diversas herramientas y aplicaciones digitales.

Figura 10.

Alfabetización y realalfabetización digital



Fuente: elaboración propia a partir de Samudio (2021) y Villalta, Riveres, Ortega y Serna (2021).

1.4.8 Diagnóstico de necesidades de capacitación y plan de capacitación

González y Soto (como se cita en Kellough & Carjuzaa, 2020) señalan que el término diagnóstico se define “como un proceso continuado y sistemático, el cual implica la recopilación y el análisis de datos, con el objetivo de tomar decisiones informadas para la mejora del aprendizaje y la enseñanza en el aula” (p.19). También Huere (citando a Chiavenato, 2007) señala que este “Se entiende como el primer paso en el proceso de capacitación, contribuye a evitar riesgos empresariales ofreciendo (sic.) capacitaciones idóneas para cubrir diversas necesidades” (p. 31).

La investigación parte del valor que tiene para las personas emprendedoras en el uso de las TIC y su aplicación en el mundo laboral y personal. Este aspecto establece la educación no formal, como un vehículo para favorecer la autonomía y autorrealización. Por lo tanto, es necesario hacer un diagnóstico sobre las necesidades de capacitación.

Figura 11.

Diagnóstico y plan de capacitación



Fuente: elaboración propia a partir de Samudio (2021), Villalta (2021) y Huere (2022)

CAPÍTULO III:
MARCO METODOLÓGICO

En esta sección se define el tipo de investigación que se desea desarrollar, se va a elegir tomando en cuenta el objetivo general y el problema de investigación. El objetivo general es: *Diagnosticar las habilidades informáticas básicas a través de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno en septiembre a diciembre de 2024.*

Con base en ese objetivo se puede responder al siguiente problema: ¿Cuáles son las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno? Sobre este punto, señala Bernal (2016) que la selección del tipo de investigación conlleva una concepción epistemológica y filosófica de la persona que realiza el análisis.

Ahora bien, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que el marco metodológico hace referencia a los procedimientos por seguir, con el fin de lograr los objetivos, de forma correcta y satisfactoria. Esta es la estructura que permitirá interpretar los resultados según el problema por investigar.

3.1 Tipo de investigación y alcance

El tipo de estudio es el marco de los procedimientos indicados por Hernández, Fernández y Baptista (2014). Responderán al problema mencionado líneas atrás y a los objetivos, el tipo considerado, pertinente según estos, es la investigación descriptiva, ya que permite que la persona investigadora pueda seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y describir en partes, categorías o clases de objeto.

Por lo tanto, la presente investigación selecciona como objeto de estudio la Educación como un conjunto de acciones que mejoran progresivamente al ser humano. De las diversas modalidades de la educación se va a prestar atención a la educación técnica y, en especial, los principios y fundamentos de la educación no formal, para establecer una propuesta de acciones

educativas sustentadas en un diagnóstico realizado a personas que desarrollan actividades turísticas en el territorio de Oreamuno, Cartago, durante los meses de setiembre a diciembre del 2024.

A su vez, se establece que la presente propuesta de investigación sea de tipo descriptiva y etnográfica. En primer lugar, es descriptiva porque “son estudios que identifican características del objeto de estudio, se realizan diagnósticos o se diseñan guías” (Bernal, 2016, p. 143). En segundo lugar, es etnográfica porque cumple cinco procesos: “definición del tipo de modalidad etnográfica por utilizar, definición de las categorías de análisis, selección de las unidades, selección de las técnicas de recolección de datos y la selección del proceso para el análisis de los datos” (Villalobos, 2018, p.322).

El tipo de modalidad etnográfica por utilizar será la microetnográfica o interpretativa, pues “investigan un fenómeno focalizado en un pequeño grupo humano” como indica Villalobos (2018, p.323). En este caso, se aplica a las personas emprendedoras de actividades turísticas y su valoración sobre el uso de TICs.

El paradigma de la investigación a utilizar es el socio-critico este como señala Loza et al (citando a Orozco 2016), “[...] tiene como finalidad sembrar las transformaciones sociales, dando respuestas a problemas específicos de las comunidades, considerando la intervención activa de sus miembros [...], observándose el rol de investigador como agente de cambio social es recurrente”. (p. 32)

También Loza et al (como se cita en Ricoy, 2006), señalan que este paradigma:

[...] exige del investigador una incesante reflexión acción-reflexión-acción, el cual implica la responsabilidad del investigador/a desde la práctica para realizar el cambio y la liberación de todos aquellos actos que forjen la transformación social [...] función de ello, este paradigma señala que el discernimiento se crea en base a los

intereses y necesidades de los grupos sociales, permiten transformar las comunidades.

(p.32)

Dentro de este tipo de investigación se debe también definir las categorías de análisis. De manera preliminar se establecen: la *Educación Técnica no Formal, Alfabetización y Re-alfabetización Digital, Perfil Socio-Tecnológico y Programa de Capacitación*. Seguidamente se establece una seria selección de las unidades que refieren a los conceptos que se desprenden de cada una de las categorías mencionadas.

La finalidad que plantea este estudio es una investigación aplicada, ya que responde a una necesidad detectada por una investigación anterior vinculada a la gestión del turismo sostenible en el territorio de Oreamuno. Además, se pretende construir una propuesta de capacitación para atender las necesidades detectadas en relación con las habilidades informáticas de personas emprendedoras en las actividades turísticas.

El alcance temporal y espacial del estudio que se plantea es transversal o sincrónico, ya que como señala Campos (2015), son estudios que realizan un corte transversal en el tiempo. En este caso, se va a indagar sobre las habilidades informáticas de las personas emprendedoras de actividades turísticas en Oreamuno, Cartago, durante el último cuatrimestre del 2024.

Para lograr resolver el problema establecido es necesario definir un enfoque, según Villalobos (2018) “[...] constituye diferentes maneras, aproximaciones diferentes, de abordar el estudio de un fenómeno” (p. 7). Para esta investigación, se implementa el enfoque mixto, la cual está orientado a la explicación, comprensión y transformación. Se fundamenta en la triangulación de fuentes, que pueden proveer datos cuantitativos como cualitativos. Dentro de las ventajas de este enfoque se encuentra permitir un abordaje del fenómeno de manera más integral. Asimismo, se pueden usar encuestas cualitativas para reconocer niveles de conocimiento con respecto a las habilidades tecnológicas y las cuantitativas para aspectos que se pueden medir (Barrantes, 2016).

3.2 Sujetos y fuentes de información

A continuación, se describen los sujetos y fuentes que aportarán información, datos y material para analizar. Cabe señalar que se accederá a los sujetos y fuentes de interés para el estudio investigativo.

3.2.1 Sujetos de información o participantes

Las personas físicas que aportarán información para responder al problema planteado serán las que desarrollan alguna actividad turística dentro del territorio de Oreamuno en el último cuatrimestre del 2024. Asimismo, los participantes cumplen con una serie de caracterizaciones propias de la comprensión de estas como emprendedoras.

Cabe indicar que las caracterizaciones son atributos y cualidades de una persona que se lanza a la búsqueda de oportunidades para convertir una idea en algo concreto, sin que necesariamente disponga de los recursos y medios requeridos para lograrlo. Debe generar actividades turísticas que tengan viabilidad económica, sensibilidad al legado sociocultural del destino, así como la generación de productos y servicios turísticos (Socatelli, 2016). Además, aportarán información relacionada con datos generales de sí mismas y el uso de TIC dentro de sus emprendimientos junto con la valoración de las habilidades informáticas presentes.

3.2.2 Fuentes de información

Según lo expuesto por Villalobos (2018), “las fuentes de información consisten en seleccionar aquellas personas y documentos que aportan información según criterios del hecho que se analiza” (pp.286-287). Para abordar la investigación se utilizan las fuentes primarias de la investigación que Villalobos (2018) explica como la información obtenida directamente de la realidad recolectada por diversas técnicas.

Estos datos pueden ser recabados por medio del resultado esencial de la encuesta, la entrevista y la observación. Con la ayuda de la entrevista será posible atender los objetivos al

recolectar información relacionada con el perfil socio tecnológico, valoración sobre las habilidades informáticas y el diagnóstico de necesidades de capacitación.

Cabe resaltar que se consultarán fuentes secundarias de información. Estas son producto de la investigación social procesadas por otras personas como tesis, libros, artículos, entre otros. Lo anterior tiene como finalidad maximizar el acceso a las fuentes primarias o dichos contenidos, tal y como lo indica Hernández, Fernández y Baptista (2014).

3.2 Detalles estadísticos

3.2.1 Participantes

Esta investigación que se llevará a cabo será de manera cualitativa en relación con el problema y los objetivos establecidos. En este caso, los participantes son las personas emprendedoras de la provincia de Cartago, del cantón de Oreamuno, que realicen alguna actividad turística. El periodo tomado para la recolección de datos será durante los meses de setiembre a diciembre del 2024.

3.2.2 Muestra

Según Hernández y Mendoza (2018) las muestras no probabilísticas o muestras dirigidas no dependen de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Las muestras para esta investigación serán por unidad y personas voluntarias u orientados por la investigación, que tengan la disponibilidad de ser parte de este diagnóstico.

3.3 Categorías y unidades de análisis

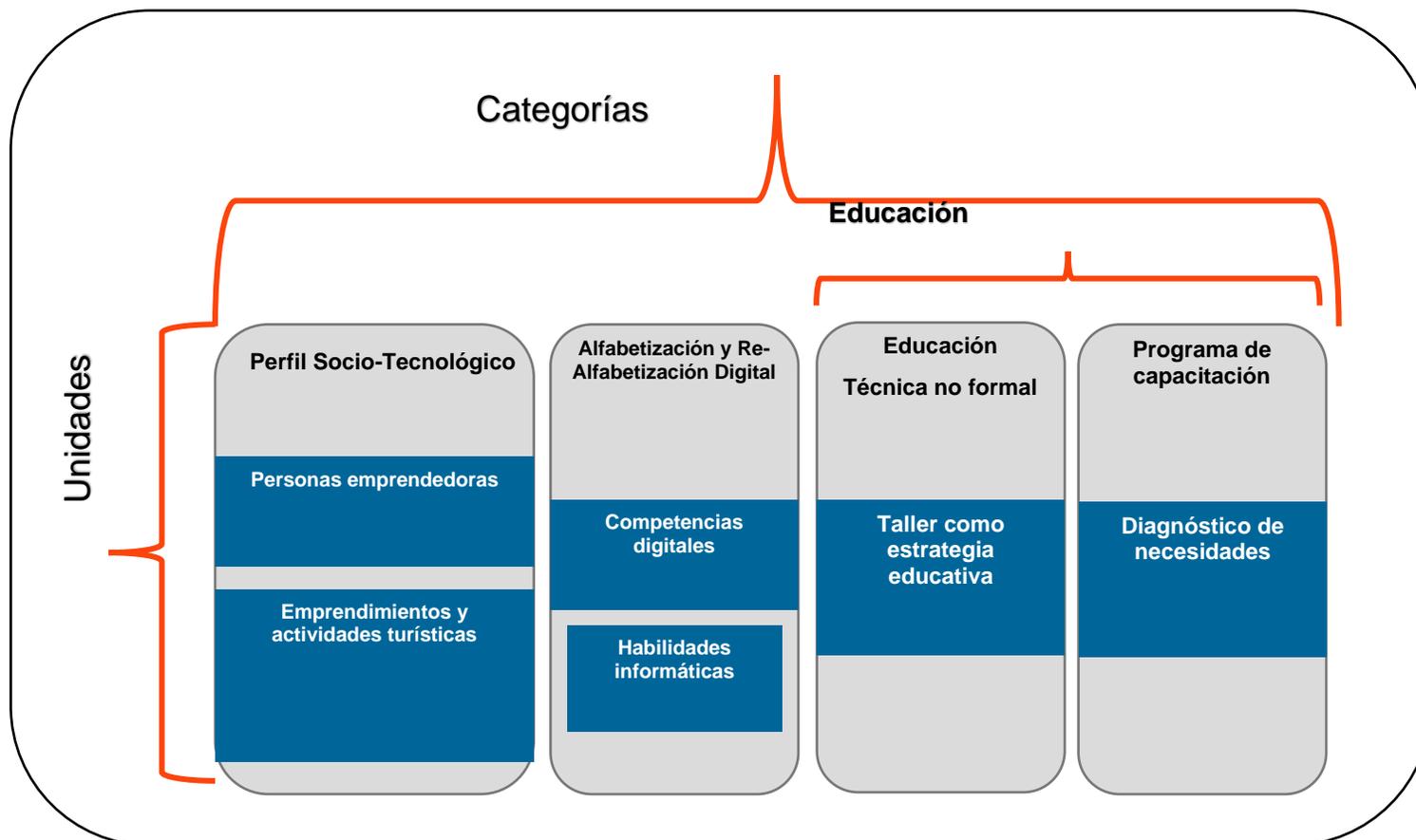
Según Villalobos (2018) se refiere a las categorías “como los ejes de información del hecho investigado que surgen a partir de los datos que se analizan” (p. 284). Conforme a los objetivos establecidos se identificaron las categorías y unidades a utilizar para respaldar la presente investigación. Del mismo modo, se aportará el criterio para la comprensión y evaluación del planteamiento del problema. Azcona et al., (2013, p. 70) mencionan que las unidades de

análisis son objetos definidos por el investigador para su estudio, estos objetos son conceptos que representan clases de entidades no específicas en el espacio y tiempo. Y como señalan Marradi, Archenti y Piovani (2007), en Azcona et al (2012, p.70), una unidad de análisis tiene un "referente abstracto", lo que significa que se refiere a un conjunto de entidades, no a un caso particular. Por lo tanto, la unidad de análisis abarca un conjunto abstracto y no un elemento individual, y confundir esto es un error lógico.

Las categorías establecidas son: educación técnica no formal, programa de capacitación, perfil socio-tecnológico, alfabetización y realfabetización digital. Estas terminologías serían la selección de las unidades y los conceptos que se desprenden de cada categoría, tal y como se muestran en la Figura 12.

Figura 12.

Categorías y unidades de análisis



Fuente: Elaboración propia (2024).

Por otro lado, en el Cuadro 1, se muestra las categorías correspondientes para el proyecto de investigación basadas en la metodología descriptiva.

Cuadro 1.

Categorías

Objetivo	Categorías	Definición Conceptual	Indicadores	Definición Operacional / Instrumental
Identificar las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.	Alfabetización y re-alfabetización digital	Se entiende como el proceso de adquisición de un conjunto de conocimientos que le permitan a las personas emprendedoras para desarrollar las actividades turísticas que incorpora habilidades para localizar, investigar y analizar información por medio de herramientas tecnológicas.	Competencias digitales	Cantidad de uso de herramientas tecnológicas en sus actividades turísticas tales como: Cobranza electrónica, Visibilidad en Google, Página web, Redes sociales, Chatbot, WhatsApp, Email y otros. Encuesta: ver Anexo 3
			Habilidades informáticas	Frecuencia de uso de conocimientos básicos e introducción a la computación: Introducción al uso del correo electrónico: herramientas, redacción de mensajes, el correo como documento oficial, tipos y marcas de correo, entre otros. Introducción a la edición básica de imágenes (Photoshop). Introducción al programa Word. Introducción al programa Excel. Introducción a los programas: Power Point, Publisher y Canva. Diseño y presentación de contenido de publicidad. Encuesta por definir: ver Anexo 3
Determinar el perfil socio-tecnológico de las personas emprendedoras en actividades turísticas del cantón de Oreamuno.	Perfil socio-tecnológico	Refiere a los datos que se puedan recopilar referentes a la persona física, de carácter ordinario, tales como: nombre y apellidos, dirección (provincia, cantón, distrito), edad, género, datos especiales tales como origen étnico o cultural, actividad turística que se desarrolla, nombre del emprendimiento y el tipo de uso que se le da a las herramientas.	Personas emprendedoras	Cantidad de datos que se puedan recopilar referentes a la persona física, tales como: nombre y apellidos, dirección (provincia, cantón, distrito), edad, género, datos especiales tales como origen étnico o cultural. Encuesta: ver Anexo 3
			Emprendimientos y actividades turísticas	Información recopilada sobre la actividad turística que se desarrolla, nombre del emprendimiento, valoración de uso de herramientas de tecnologías de información y comunicación. Encuesta: ver Anexo 3
Definir los fundamentos que se requieren de la educación técnica no formal para el desarrollo de un programa de capacitación	Educación técnica no formal	Proceso mediante el cual las personas participantes generan procesos de aprendizaje de carácter práctico que contribuye al desarrollo personal y de los emprendimientos y actividades turísticas que realizan dentro del territorio sin estar sujeto a las reglas del sistema educativo tradicional.	Taller como estrategia educativa	Tipos de capacitaciones consideradas como necesarias por las personas emprendedoras que va a generar procesos de enseñanza-aprendizaje activo y colaborativo centrado en la ejecución de una tarea. Encuesta: ver Anexo 3
	Programa de capacitación	Proceso que identifica las necesidades de aprendizaje de las personas emprendedoras, para el cual se diseña un programa y se evalúa los resultados para que las personas puedan enfrentar mejor los desafíos en sus actividades.	Diagnóstico de necesidades	Cantidad de capacitaciones consideradas necesarias por las personas emprendedoras de actividades turísticas. Entrevista y cuestionario: ver Anexo 3
Elaborar un plan de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.				

Fuente: Elaboración propia (2024).

3.4 Descripción de técnicas e instrumentos de recolección de información

Para iniciar este apartado es importante definir lo que son técnicas e instrumentos. Estas primeras, según Hernández y Mendoza (2018) “son métodos que como investigadores debemos utilizar para recolectar la información” (p.444). Dicho esto, se explican las técnicas para obtener los datos que sustentan la investigación. En el caso de esta propuesta de investigación se propone de manera tentativa tres técnicas que son la entrevista, la encuesta y grupos focales, las cuales se procederá a definir.

En primer lugar, se utilizará la entrevista. Según Villalobos (2018), “permite la recolección de información sobre la vivencia de las personas informantes y sus patrones sociales (opiniones, creencias, actitudes y valores), estas pueden ser en una modalidad individual o grupal” (p.289).

Otra técnica que se aplicará es la encuesta. Según IICA (2014), se utiliza cuando se busca recopilar información sobre un tema específico. Este instrumento permite levantar datos mediante preguntas previamente determinadas y dirigidas a una muestra representativa o incluso a la población estadística del estudio. Para el procedimiento metodológico de la encuesta, es necesario señalar la información que se desea obtener. En el caso de esta investigación, se solicitan los siguientes datos generales, especiales y valoración sobre habilidades informáticas.

De manera tentativa se establece que se podría aplicar los grupos focales, que según Villalobos (2018), es una reunión de un grupo pequeño de personas, entre seis y diez personas, que conversan de un tema determinado que podría estar relacionado con el diagnóstico de necesidades de capacitación.

3.5 Descripción de análisis de la información

En este apartado responde a la pregunta de cómo se organizará y analizará la información recolectada. Dentro de la propuesta se parte de un enfoque mixto, por lo tanto, puede tener varios niveles de integración de la información. Tal y como señala Barrantes

(2016) la integración de los datos conlleva al análisis de la información, la cual señala en cuatro tipos de diseños:

- El diseño exploratorio secuencial que tiene dos tipos derivativo y el comparativo.
- El diseño explicativo secuencial.
- El diseño transformativo secuencial.
- El diseño de triangulación recurrente.

Dentro de la propuesta de investigación se establece, de manera tentativa, el uso del diseño explicativo secuencial, el cual tiene dos etapas: la primera tiene que ver con la recolección y análisis de datos cuantitativos. Posteriormente después se realiza el mismo procedimiento con los cualitativos. En la segunda etapa, se mezclan los resultados con base en los datos cuantitativos. Para Barrantes (2016), los datos cualitativos tienen la función de complementar o aclarar los cuantitativos.

A su vez, según lo que establece Villalobos (2018), las etapas de la investigación mixta se inician con la planificación de la investigación. El producto es el diseño investigativo, etapa a la que responde esta propuesta. Por otro lado, el trabajo de campo es el cúmulo de información recabada. Asimismo, se establece realizarse durante el mes de setiembre de 2024.

En relación con los datos la tercera etapa, mencionada por Villalobos (2018), consiste en el análisis e interpretación de los datos recolectados, en forma manual o mediante programas informáticos. Su producto es el conjunto de datos sistemáticamente analizados y organizados. Para efectos de esta investigación, se realizará de manera manual, por medio de la construcción de una tabla de frecuencia y matrices de análisis (Hernández & Mendoza, 2018) que recopilan la información de acuerdo con la presencia o ausencia de categorías o unidades previamente establecidas y que refieran a los objetivos previamente establecidos.

Finalmente se encuentra la cuarta etapa. Este proceso se refiere a la comunicación de los datos encontrados, cuyo producto es el informe de investigación.

3.6 Criterios éticos asumidos

Todo proceso investigativo en el ámbito de la educación debe regirse por ciertos aspectos relacionados con el manejo de la información, el respeto a la propiedad intelectual y la honestidad académica. Además, es importante el uso del consentimiento informado, confidencialidad de la información y las fuentes, por mencionar algunas.

3.6.1 Respeto a la propiedad intelectual

A lo largo del desarrollo de la propuesta de investigación se debe respetar toda aquella información bibliográfica y fuentes empleadas para sustentar argumentación y datos. Se realizarán de acuerdo con las normas del estilo APA, según los lineamientos del Instituto Tecnológico de Costa Rica denominado Estilo de Citación y Referencias APA 7ed, suministrado por funcionarios de la Biblioteca José Figueres Ferrer.

3.6.2 Honestidad académica

A partir de la revisión bibliográfica realizada, en la presente propuesta de investigación se valora el uso de varios instrumentos que ya han sido aprobados. Estos son productos de procesos investigativos anteriores tanto nacionales como internacionales, entre los que se utilizan:

- a. la entrevista semiestructura a emprendedores y usuarios. Este instrumento se encuentra en la tesis realizada por Huere (2022).
- b. el cuestionario realizado a emprendedores que se encuentra en la tesis desarrollada por Huere (2022).
- c. la valoración del Programa Básico de Capacitación y Asesoramiento en “Introducción a la computación” construida por Samudio (2021).

d. la metodología descrita por Huere (2022) denominada Diagnóstico de Necesidades de Capacitación.

3.6.3 Uso del consentimiento informado

Según explica Campos (2015), este aspecto ético está relacionado con que las personas participantes de la investigación deben comprender una serie de requisitos. Entre estos requerimientos están: la naturaleza del estudio, su derecho a rehusarse, responsabilidades de investigador, probables riesgos y beneficios, compromiso a mantener confidencialidad estricta los resultados mediante el anonimato y la privacidad, la manera de contactar al investigador en caso de que sea necesario.

Dentro de la propuesta de esta investigación, no participan personas menores de edad. No obstante, se debe solicitar el consentimiento de la persona responsable de su tutela, en caso de que ocurra.

Finalmente, por la naturaleza de las técnicas e instrumentos que se pretenden utilizar para recopilar información, se procederá a solicitar el consentimiento o autorización del uso de las imágenes de las personas que participen. Sin embargo, el uso de la imagen dentro de la propuesta que se realiza no es una prioridad.

3.6.4 Confidencialidad de la información y de las fuentes

Campos (2015) describe el valor que tiene el uso discrecional de la información. Dentro del proceso de recopilación de la información se tendrán los siguientes cuidados: la omisión de nombres propios, el uso de seudónimos o nombres ficticios al registrar algún caso en específico, solamente se recopilará aquella información que se encuentre establecida por los objetivos del estudio.

3.7 Descripción de la propuesta

Por medio de la descripción realizada dentro de esta investigación se espera generar una propuesta de plan de capacitaciones, el cual se va a fundamentar a partir de la detección de las necesidades en las personas emprendedoras que realizan diversas actividades turísticas dentro del territorio de Oreamuno de Cartago a partir de la consulta realizada en el último cuatrimestre del 2024. Por otro lado, la educación técnica no formal es un vehículo para generar actividades educativas con objetivos específicos por medio de una metodología participativa sustentada en principios pedagógicos que fortalezcan el desarrollo personal y laboral de un grupo de personas que se caracterizan por generar actividades que les ayudan a mejorar su condición financiera y social.

CAPÍTULO IV:
ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección del proyecto se detallan los resultados del instrumento aplicado para la obtención de datos en información base para establecer una propuesta de un plan de capacitaciones para alfabetización digital de emprendedores del cantón de Oreamuno. Cabe señalar que se implementaron herramientas tanto entrevistas como un formulario autogestionado, para obtener datos relacionado al perfil sociotecnológico, emprendimientos, habilidades informáticas y diagnóstico de necesidades de capacitación.

4.1 Análisis de datos para objetivo: Identificar

En esta sección se analizan los datos recopilados y relacionados con el objetivo específico: *identificar las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.*

La información se va a organizar para su análisis en matrices, tablas de frecuencia junto con una interpretación cualitativa y cuantitativa para comprender de manera integral los datos obtenidos a partir de la aplicación de diagnóstico de habilidades informáticas básicas (DHIB) a 29 personas de los distritos de Oreamuno de Cartago durante el mes de noviembre de 2024.

Para efectos de análisis y en sintonía con los criterios éticos establecidos en los apartados anteriores, se procederá a dar un código a cada respuesta de persona emprendedora (PE). Esta nomenclatura se enumera de la siguiente manera:

Tabla 1.

Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo

Código	Tipo de dispositivo
PE1	Teléfono celular.
PE2	Teléfono celular, computadora.
PE3	Teléfono celular, computadora.
PE4	Computadora, teléfono celular.
PE5	Teléfono celular, computadora.
PE6	Computadora, tableta.
PE7	Computadora, tableta, teléfono celular.
PE8	Computadora, teléfono celular.
PE9	Computadora, teléfono celular.
PE10	Teléfono celular.
PE11	Teléfono celular.
PE12	Computadora, teléfono celular.
PE13	Computadora, planchas de calor, impresoras.
PE14	Teléfono celular.
PE15	Computadora, teléfono celular, tableta.
PE16	Teléfono celular.
PE17	Teléfono celular.
PE18	Teléfono celular.
PE19	Teléfono celular.
PE20	Computadora, tableta, teléfono celular.
PE21	No se encuentran en manera virtual.
PE22	Teléfono celular, Computadora, tableta, teléfono celular, cámara fotográfica.
PE23	Teléfono celular.
PE24	Teléfono celular.
PE25	Teléfono celular, computadora, programas lecheros.
PE26	Teléfono celular, computadora.
PE27	Computadora.
PE28	Teléfono celular.
PE29	Computadora, teléfono celular.

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De la tabla anterior, se demuestra que la mayoría de las personas participantes utilizan en promedio dos o más dispositivos dentro de sus locales. Para poder establecer con mayor claridad cuáles son los dispositivos con mayor frecuencia de respuesta, se obtiene lo siguiente:

Tabla 2.

Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo por frecuencia

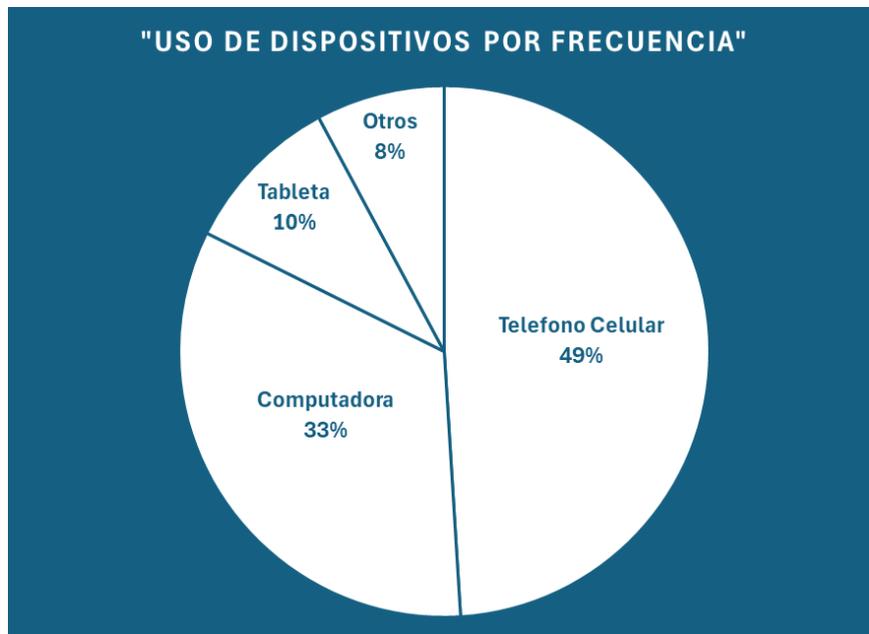
Códigos	Tipo de dispositivo	Frecuencia
PE1- PE29	Teléfono celular	25
	Computadora	17
	Tableta	5
	Otros	4

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al segregar la información sobre el uso de los dispositivos utilizados por frecuencia en orden descendente, se puede determinar que el más utilizado es el teléfono celular. En segundo lugar, se eligió la computadora y, finalmente, la tableta. Desde una perspectiva cuantitativa a nivel porcentual de la población participante, el uso de los dispositivos se muestra en la Figura 13.

Figura 13.

Representación gráfica de los dispositivos por frecuencia



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra en la gráfica, la mayoría de las respuestas demuestra que el 49 % utilizan el teléfono celular. A su vez, se puede observar que el 33 % opta por la computadora y el 10 %, tabletas.

Es importante mencionar que, en cuanto a dispositivos y su función, se considera que los celulares están diseñados para la comunicación, mientras que las computadoras están pensadas para la productividad y la informática. Por lo tanto, si la mayoría de las personas utilizan el celular, quiere decir que probablemente no se esté utilizando el dispositivo adecuado para mejorar la productividad del negocio.

Por otro lado, las tabletas son más adecuadas para consumir contenido, como ver videos, leer libros electrónicos, navegar por la web o jugar videojuegos. Las computadoras son más adecuadas para tareas de productividad, multitarea y ejecución de software complejo.

Es necesario valorar con qué frecuencia se utilizan dichos dispositivos por las personas participantes. Según el código asignado, la Tabla 3 muestra la frecuencia indicada por las personas participantes.

Tabla 3.

Datos recopilados a partir de la aplicación DHIB, tipo de dispositivo

Código	Frecuencia de uso
PE1	Diariamente
PE2	Diariamente
PE3	Diariamente
PE4	Diariamente
PE5	Diariamente
PE6	Diariamente
PE7	Diariamente
PE8	Diariamente
PE9	Diariamente
PE10	Diariamente
PE11	Diariamente
PE12	Diariamente
PE13	Semanalmente
PE14	Diariamente
PE15	Diariamente
PE16	Diariamente
PE17	Diariamente
PE18	Diariamente
PE19	Diariamente
PE20	Diariamente
PE21	Raramente
PE22	Diariamente
PE23	Semanalmente
PE24	Diariamente
PE25	Diariamente
PE26	Diariamente
PE27	Semanalmente
PE28	Raramente
PE29	Diariamente

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Se evidencia que la mayoría de las personas utiliza un equipo tecnológico diariamente. Aunque, como se determinó, la naturaleza del equipo puede contribuir más a la comunicación, productividad o consumo de contenido. Según la lógica sobre la cual se están interpretando los datos, al agrupar por frecuencia se hace visible con mayor claridad el uso de estos.

Tabla 4.

Frecuencia de uso de los dispositivos

Códigos	Uso	Frecuencia
PE1- PE29	Diariamente	24
	Semanalmente	3
	Raramente	2
	Mensualmente	0

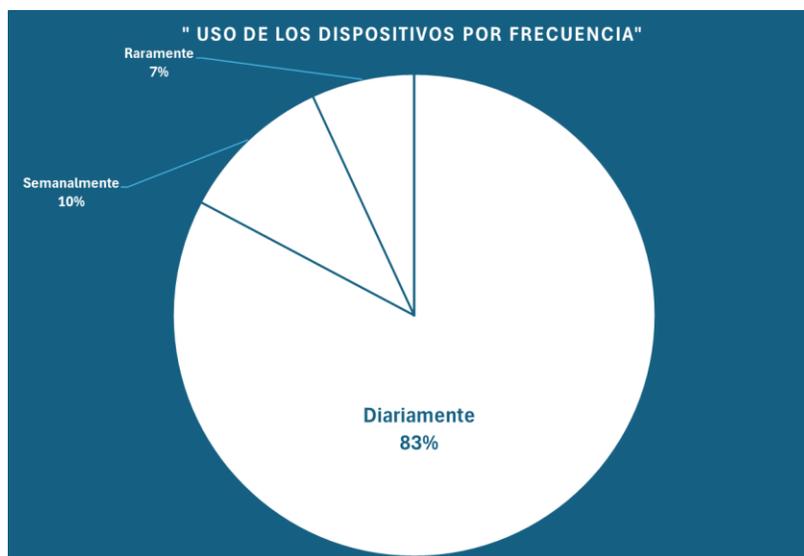
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De acuerdo con la mención de las personas participantes, 24 refieren a la opción *Diariamente*. Por su parte, tres personas seleccionan la opción *semanalmente* y, por último, raramente con dos personas, tomando en cuenta que lo que más se utiliza es el celular, computadora y tableta.

Desde una perspectiva gráfica y cuantitativa se representa la misma información, pero en términos porcentuales, tal y como se muestra en la Figura 14.

Figura 14.

Representación gráfica por frecuencia de uso



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra, el 83 % de las personas utiliza algún dispositivo diariamente, el 10 % lo usa semanalmente y el 7 % raramente hace uso de algún dispositivo. El uso de dispositivos electrónicos en los negocios puede variar según el tipo y naturaleza del emprendimiento.

Seguidamente, se va a valorar la información aportada por la aplicación DHIB, relacionada con cuáles son las herramientas digitales utilizadas con mayor frecuencia. Las respuestas obtenidas en la Tabla 5.

Tabla 5.

Uso de herramientas digitales

Código	Herramientas digitales
PE1	Android
PE2	POS
PE3	Ms Office, Documentos de Google
PE4	Ms Office, Documentos de Google
PE5	Ms Office
PE6	Ms Office, Documentos de Google
PE7	Ms Office, Documentos de Google
PE8	Varias
PE9	Ms Office, Documentos de Google
PE10	Ms Office, Excel
PE11	Ms Office
PE12	Sistema de caja
PE13	Ms Office, Silhouette Studio, Canva, Adobe Photoshop, Documentos de Google, LibreOffice
PE14	Facebook y WhatsApp
PE15	Ms Office
PE16	Celular, Facebook y WhatsApp
PE17	Documentos de Google
PE18	LibreOffice
PE19	Documentos de Google
PE20	Documentos de Google
PE21	Correo electrónico
PE22	YouTube
PE23	Excel
PE24	No sé mucho de redes sociales
PE25	Ms Office
PE26	Plataformas de redes sociales
PE27	Ms Office
PE28	Documentos de Google
PE29	Ms Office

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Se comprende por herramientas digitales aquellas aplicaciones utilizadas por las personas participantes que refieren a aplicaciones y programas que están disponibles en Internet. Estas ayudan en el proceso de realizar diferentes tareas dentro del emprendimiento relacionado con la búsqueda de información, organización de datos, entre otras, según se ha señalado en el marco teórico.

Por lo tanto, la mayoría de las personas refiere al uso de una o varias aplicaciones y programas, ya sea que estén disponibles en Internet o locales en sus dispositivos. Estas opciones les ayudan a las múltiples tareas dentro del emprendimiento y actividad comercial que generan. Todo lo anterior se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6.

Frecuencia de herramientas digitales

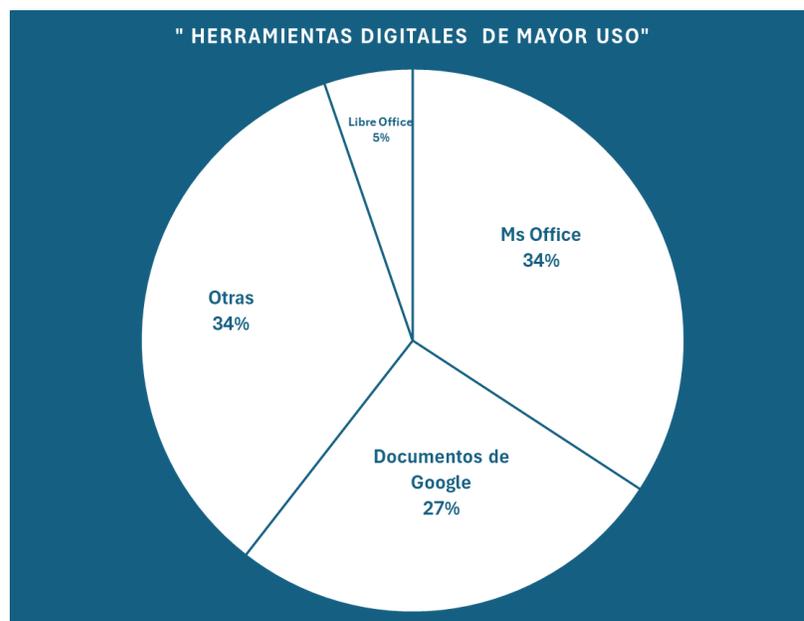
Códigos	Herramientas	Frecuencia
PE1- PE29	Ms Office	13
	Otras	13
	Documentos de Google	10
	Libre Office	2

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las herramientas que más se utiliza es *Ms Office* y otras, 13 menciones cada una. Además, se muestra que, en relación con los documentos de *Google*, hay una frecuencia, 10 y *Libre Office*, 2. Lo anterior permite guardar relación con el tipo de acciones que se generan dentro de los emprendimientos. En términos porcentuales, se obtiene lo mostrado en la Figura 15.

Figura 15.

Representación gráfica del mayor uso de herramientas digitales



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Otros aspectos para considerar están relacionados con la frecuencia de uso y dominio de las herramientas digitales referenciadas por las personas. Sobre este aspecto, se puede tabular las respuestas, tal y como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7.

Frecuencia de uso y nivel de dominio de herramientas digitales

Código	Uso	Nivel de dominio
PE1	Diario	Intermedio
PE2	Diario	Básico
PE3	Diario	Básico
PE4	Diario	Básico
PE5	Diario	Básico
PE6	Diario	Básico
PE7	Diario	Básico
PE8	Diario	Intermedio
PE9	Diario	Intermedio
PE10	Diario	Intermedio
PE11	Diario	Intermedio
PE12	Diario	Básico
PE13	Diario	Avanzado
PE14	Diario	Básico
PE15	Diario	Intermedio
PE16	Diario	Básico
PE17	Una vez al mes	Ninguno
PE18	Una vez al mes	Básico
PE19	Diario	Básico
PE20	Diario	Intermedio
PE21	Una vez a la semana	Ninguno
PE22	Diario	Básico
PE23	Una vez a la semana	Básico
PE24	Diario	Ninguno
PE25	Diario	Básico
PE26	Diario	Básico
PE27	Una vez a la semana	Básico
PE28	Una vez cada quince días	Básico
PE29	Diario	Intermedio

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

La frecuencia de uso va de diario, por semana, cada quince días y por mes. Por su parte, el nivel de dominio es diverso y va desde ninguno, básico, intermedio y avanzado.

Al agrupar las respuestas por frecuencia de mención de las personas participantes, se obtiene lo mostrado en la Tabla 8.

Tabla 8.

Herramientas digitales por uso, por frecuencia de mención

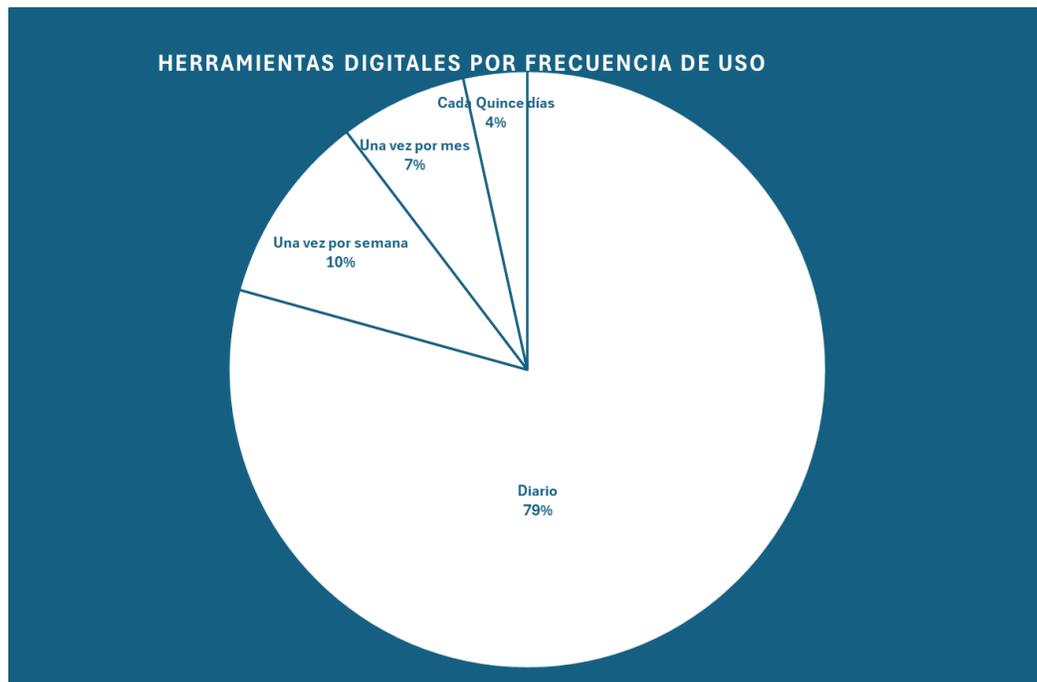
Códigos	Uso	Frecuencia
PE1- PE29	Diario	23
	Una vez por semana	3
	Una vez por mes	2
	Cada quince días	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Para análisis, se organizó la información de mayor a menor uso. Además, se interpretan 23 menciones que van de diario, una vez por semana tres, una vez al mes, dos y cada quince días una mención.

Figura 16.

Frecuencia de uso de herramientas digitales



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

El 79 % realiza un uso diario de herramientas digitales. Cabe señalar que la mayoría está relacionada con *Ms Office*, que son herramientas asociadas a la productividad y tienen alojadas muchas de ellas en la nube. También, otras herramientas digitales se asocian con uso específico de la naturaleza del negocio. Finalmente, el 10 % realiza un uso de una vez por semana y el 7 % utiliza una vez por mes.

Referente al nivel de dominio que las personas refieren, se categoriza bajo la escala de avanzado, intermedio, básico y ninguno. Al agrupar las respuestas se obtiene lo mostrado en la Tabla 9.

Tabla 9.

Herramientas digitales, nivel de dominio

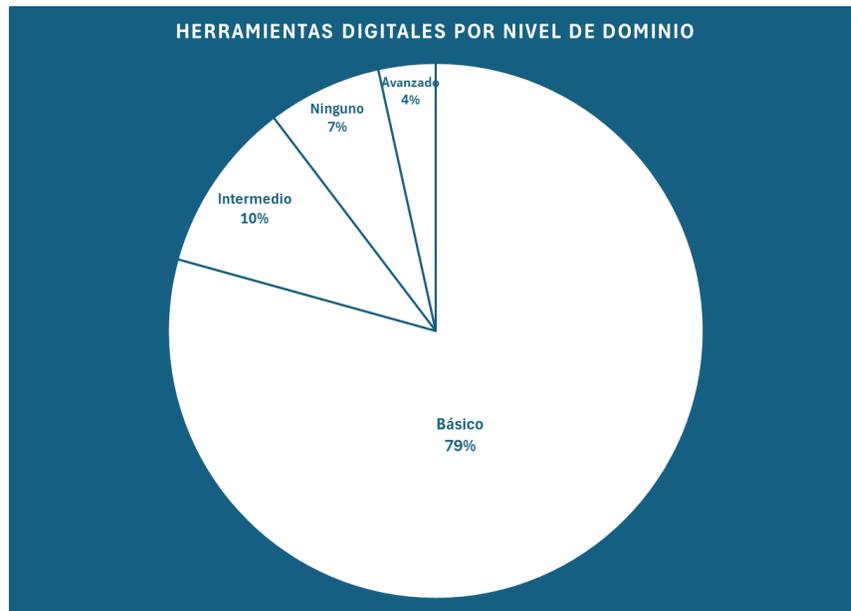
Códigos	Nivel	Frecuencia
PE1- PE29	Básico	23
	Intermedio	3
	Ninguno	2
	Avanzado	1

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra en la tabla, en las frecuencias de mención la mayoría de las personas refiere a un nivel básico, con 23 menciones. Por otro lado, se indica un nivel intermedio, con dos menciones y avanzado, con una mención. Esas frecuencias mención se pueden observar cuantitativamente en la Figura 17.

Figura 17.

Herramientas de uso por nivel de dominio



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al consultar sobre el dominio, se busca determinar la autopercepción de las personas emprendedoras. Esto permite establecer que el 79 % refiere a un dominio básico; 10 %, intermedio y 7 %, ningún dominio.

Por lo tanto, cuando el 79 % se refiere al nivel básico, existe tentativamente un dominio funcional de las herramientas digitales. Lo anterior, les permite a las personas aprovechar la tecnología para realizar tareas inherentes a sus emprendimientos, vinculadas a la eficiencia, aumento de la productividad, reducción de costos y mejoramiento de la experiencia del cliente.

Por otra parte, se realizaron consultas sobre cuáles herramientas tecnológicas utilizan a nivel de navegación. Las anteriores están relacionadas con la exploración y localización de archivos en un sistema informático. Esto se muestra en la Tabla 10.

Tabla 10.

Herramientas de navegación

Código	Herramientas de Navegación
PE1	Google Chrome
PE2	Google Chrome
PE3	Google Chrome
PE4	Google Chrome
PE5	Google Chrome
PE6	Google Chrome
PE7	Google Chrome, Edge
PE8	Edge; Google Chrome
PE9	Google Chrome
PE10	Google Chrome
PE11	Google Chrome
PE12	Google Chrome
PE13	Google Chrome, Mozilla, Safari
PE14	WhatsApp y Facebook
PE15	Google Chrome
PE16	Ninguna
PE17	Google Chrome
PE18	Google Chrome
PE19	Google Chrome
PE20	Google Chrome
PE21	Google Chrome
PE22	Google Chrome
PE23	Google Chrome
PE24	Google Chrome
PE25	Safari, Google Chrome
PE26	Google Chrome
PE27	Google Chrome
PE28	Google Chrome
PE29	Google Chrome

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por lo tanto, se logra demostrar que en términos generales las personas identifican las herramientas de navegación en informática, los navegadores web. Lo anterior, se puede observar en la Tabla 11.

Tabla 11.

Herramientas de navegación por frecuencia de uso y mención

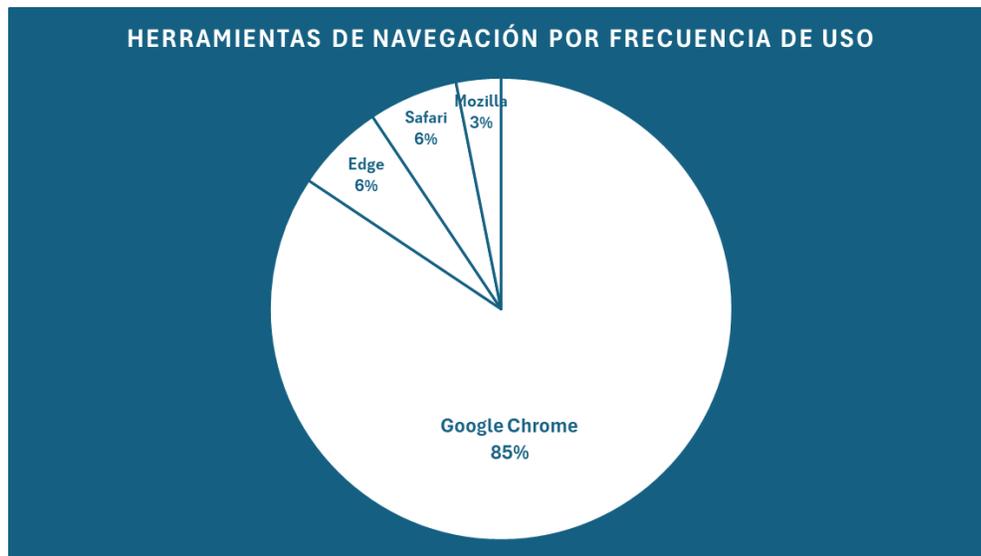
Códigos	Herramientas de navegación	Frecuencia
PE1- PE29	Google Chrome	27
	Edge	2
	Safari	2
	Mozilla	1
	Opera	0

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Cabe señalar que las personas participantes realizan el uso de las herramientas de navegación, como medios para consultar el correo, leer noticias, acceder a plataformas como YouTube y ver documentos. Entre los más utilizados se encuentran *Google Chrome*, con un 85 %, *Edge* y *Safari*, con 6% y *Mozilla* con un 3 %. Asimismo, ninguna de las personas participantes mencionó *Opera*. Todos estos datos se reflejan en la Figura 18.

Figura 18.

Herramientas de navegación más utilizadas



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Además de los navegadores, se consultó sobre los correos electrónicos que utilizan con mayor frecuencia. Las respuestas se observan en la Tabla 12.

Tabla 12.

Uso de sistema de correo

Código	Sistema de Correo
PE1	Gmail, Outlook
PE2	Gmail
PE3	Gmail, Outlook, Hotmail
PE4	Gmail, Yahoo! Mail
PE5	Gmail
PE6	Gmail, Yahoo! Mail, Outlook
PE7	Gmail, Outlook
PE8	Gmail, Outlook
PE9	Gmail
PE10	Outlook, Gmail
PE11	Gmail
PE12	Hotmail
PE13	Gmail, Outlook
PE14	WhatsApp
PE15	Gmail
PE16	Gmail
PE17	Gmail
PE18	Gmail
PE19	Gmail
PE20	Gmail, Outlook
PE21	Gmail
PE22	Gmail
PE23	Gmail
PE24	Gmail
PE25	Gmail
PE26	Gmail
PE27	Gmail
PE28	Gmail
PE29	Gmail

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra en la tabla anterior, se muestran cuatro tipos diferentes de sistemas de correo electrónico. No obstante, es importante indicar que se les dio un abanico de posibilidades para escoger.

Al mismo tiempo, esos cuatro tipos de sistemas de correo electrónico referenciados por las personas participantes se agrupan por frecuencia de mención. Todo esto se muestra en la siguiente Tabla 13.

Tabla 13.

Sistema de correo por frecuencia de mención

Códigos	Sistema de correo	Frecuencia
PE1- PE29	Gmail	27
	Outlook	8
	Otras	3
	Yahoo! Mail	2
	Pronton Mail	0
	Chimpmail	0

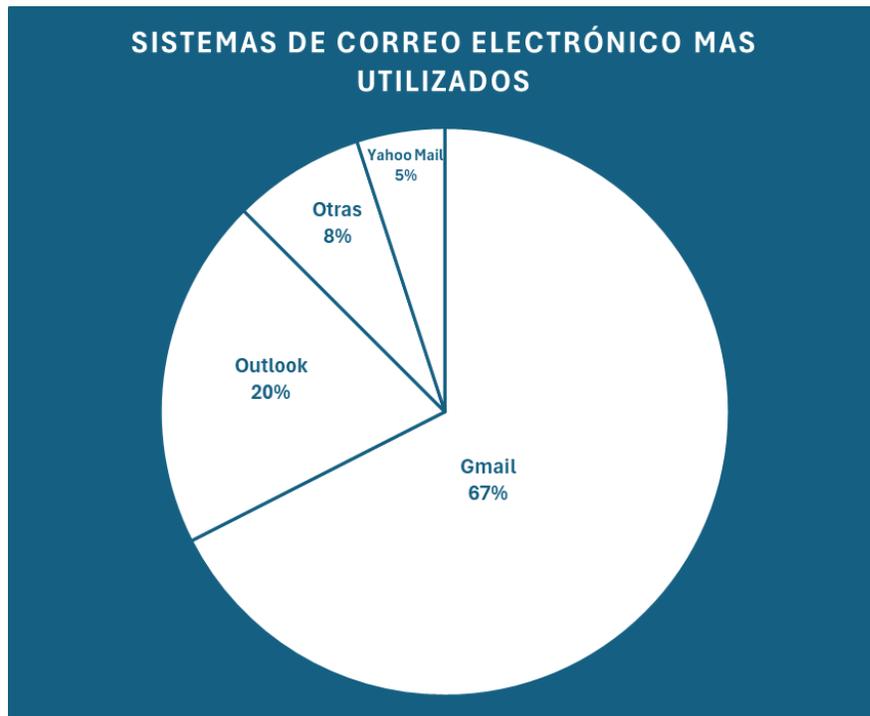
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Los cuatro sistemas mencionados son *Gmail* con 27; *Outlook*, ocho; la opción *Otras*, con tres. Finalmente, *Yahoo! Mail* tiene dos menciones.

Si se visualizan los datos de mención en porcentajes, quedaría graficado como en la Figura 19.

Figura 19.

Sistemas de correo más utilizados



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

En otras palabras, la herramienta de comunicación más popular que se utiliza para enviar y recibir mensajes a una o varias personas es *Gmail*, con 67 %. En segundo lugar, se encuentra *Outlook*, con un 20 % y otras, con 8 %.

Se debe agregar que también se consultó sobre cuál es la plataforma de comunicación que utilizan con mayor frecuencia. Sobre este aspecto se dan 11 opciones posibles, como se muestra en la Tabla 14.

Tabla 14.

Plataformas de comunicación

Código	Plataforma de Comunicación
PE1	Facebook Messenger, WhatsApp
PE2	WhatsApp
PE3	WhatsApp
PE4	WhatsApp, Telegram, Facebook Messenger
PE5	WhatsApp
PE6	WhatsApp
PE7	WhatsApp, Telegram
PE8	WhatsApp, Jira
PE9	WhatsApp
PE10	WhatsApp, Facebook Messenger
PE11	WhatsApp
PE12	WhatsApp, Facebook Messenger
PE13	WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram y TikTok
PE14	WhatsApp
PE15	WhatsApp, Telegram
PE16	WhatsApp
PE17	WhatsApp, Facebook Messenger
PE18	WhatsApp, Facebook Messenger
PE19	WhatsApp
PE20	WhatsApp, Facebook Messenger
PE21	WhatsApp
PE22	WhatsApp, Facebook Messenger
PE23	WhatsApp
PE24	WhatsApp
PE25	WhatsApp, Telegram
PE26	WhatsApp, Instagram
PE27	WhatsApp
PE28	WhatsApp
PE29	WhatsApp

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De las 29 respuestas recopiladas, se evidencia por lo menos seis plataformas diferentes de comunicación utilizadas al momento de la consulta realizada. Es importante indicar que por términos de frecuencia se reduce a cuatro plataformas, tal como se muestra en la Tabla 15.

Tabla 15.

Plataforma de comunicación por frecuencia de mención

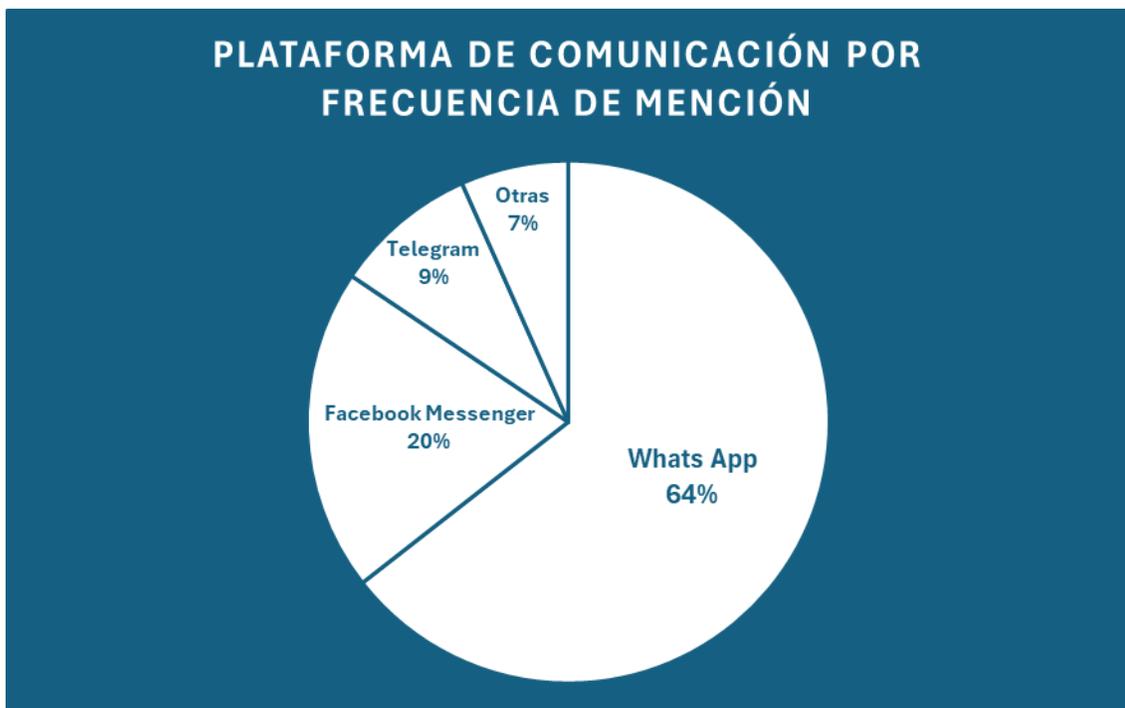
Códigos	Plataforma de Comunicación	Frecuencia
PE1- PE29	WhatsApp	29
	Facebook Messenger	9
	Telegram	4
	Otras	3

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Lo anterior se puede observar, de manera porcentual, en la Figura 20.

Figura 20.

Plataformas de comunicación por frecuencia de mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las plataformas de comunicación más utilizadas son *WhatsApp* con un 64 %; *Facebook Messenger*, 20 % y *Telegram*, con un 9%. Estos son entornos virtuales que permiten a las personas emprendedoras conectarse e interactuar a través de Internet con sus clientes.

En ese proceso de comunicación con la clientela, también se incorporan las redes sociales como un medio adicional de comunicación e interacción. En la tabla 16 se encuentran las más utilizadas.

Tabla 16.

Redes sociales mayor uso

Código	Redes Sociales
PE1	Facebook, Instagram
PE2	No usa
PE3	Instagram, Facebook, Página Web
PE4	Facebook, Instagram, TikTok
PE5	Ninguna
PE6	Facebook, Instagram, TikTok
PE7	Instagram, TikTok
PE8	Instagram
PE9	Facebook
PE10	Facebook, Instagram, TikTok
PE11	Facebook
PE12	Facebook, Instagram
PE13	Facebook, Instagram, TikTok
PE14	Facebook, Instagram
PE15	Facebook, Instagram, TikTok
PE16	Facebook, WhatsApp
PE17	Facebook
PE18	Facebook
PE19	Facebook
PE20	Facebook, Instagram, TikTok
PE21	Ninguna por el momento
PE22	Facebook, Instagram
PE23	Instagram
PE24	Facebook
PE25	Se entrega a Dos Pinos
PE26	Facebook, Instagram
PE27	Facebook
PE28	Facebook
PE29	Facebook, Instagram

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Dentro de las cinco opciones de respuesta se visualiza que se agrupan en cinco tipos de diferentes de redes sociales. Dicha agrupación se puede observar por frecuencia de mención, según la Tabla 17.

Tabla 17.

Redes sociales por frecuencia de mención

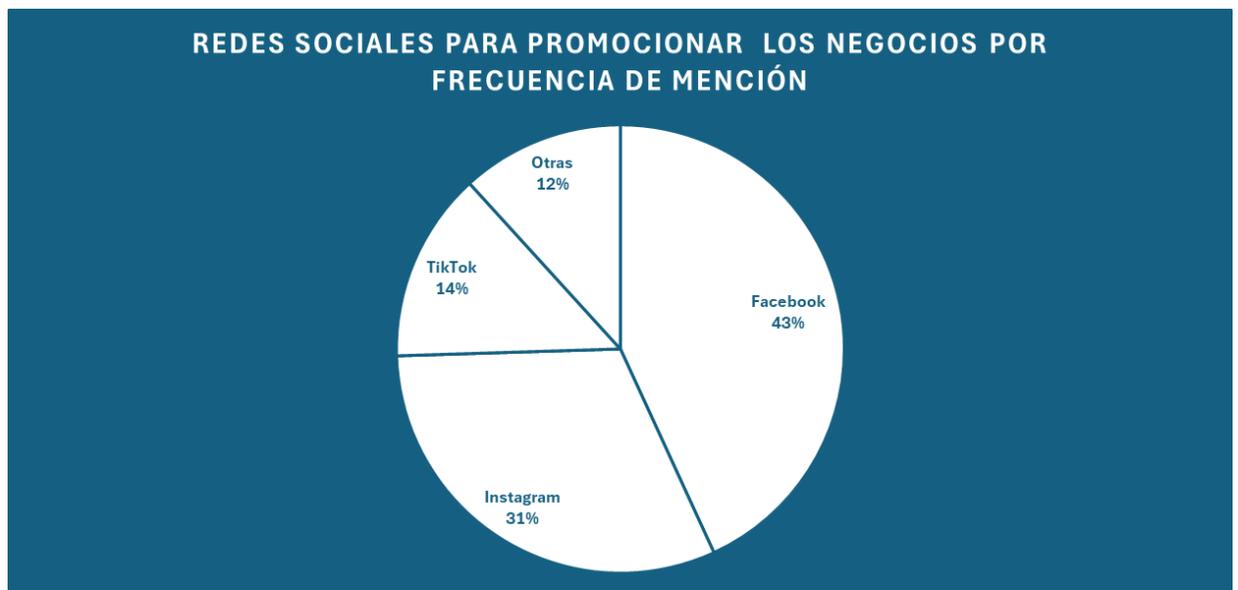
Códigos	Redes Sociales	Frecuencia
PE1- PE29	Facebook	22
	Instagram	16
	TikTok	7
	Otras	6
	Twitter (X.com)	0

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De manera más clara, se ve que las redes sociales que más utilizan para promocionar sus negocios son *Facebook* con 22; *Instagram*, 16; Tik Tok con siete y *Otras* con seis. En términos porcentuales, los datos se reflejan en la Figura 21.

Figura 21.

Redes sociales para promoción



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Es importante indicar que las redes sociales, es decir, las plataformas digitales, permiten a las personas emprendedoras conectarse con sus clientes y compartir sus contenidos, de forma rápida y sin limitaciones físicas. Entre las más usadas están Facebook con un 43%, Instagram, 31% y Tik Tok con un 14%.

A su vez, se da continuidad a la consulta a partir del uso y dominio que tienen las personas emprendedoras con herramientas de diseño, inteligencia artificial. En la tabla 18 se muestra las herramientas de diseño con su respectivo código.

Tabla 18.

Herramienta de diseño que utilizan

Código	Herramientas de diseño
PE1	Canva, Photoshop
PE2	Ninguna
PE3	PowerPoint, Photoshop, Canva
PE4	Photoshop, Canva
PE5	Ninguna
PE6	Canva
PE7	PowerPoint, Photoshop
PE8	Canva
PE9	PowerPoint, Canva
PE10	Photoshop, Canva, CorelDraw
PE11	Ninguna
PE12	Canva
PE13	PowerPoint, Publisher, Photoshop, Illustrator, Canva
PE14	Instagram
PE15	Canva
PE16	Ninguna
PE17	Ninguna, PowerPoint
PE18	Canva
PE19	Ninguna
PE20	Illustrator, Photoshop, Canva
PE21	Ninguna
PE22	Ninguna
PE23	Ninguna
PE24	Ninguna
PE25	PowerPoint, Canva
PE26	Canva
PE27	Ninguna
PE28	PowerPoint, Canva
PE29	Canva, PowerPoint

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Es necesario mencionar que las respuestas coinciden en ocho de las 16 de las opciones posibles. Al agrupar las respuestas por mención se obtiene lo mostrado en la Table 19.

Tabla 19.

Herramientas de diseño por frecuencia de mención

Códigos	Herramientas de diseño	Frecuencia
PE1- PE29	Canva	16
	Ninguna	11
	Power Point	8
	Photoshop	7
	Illustrator	2

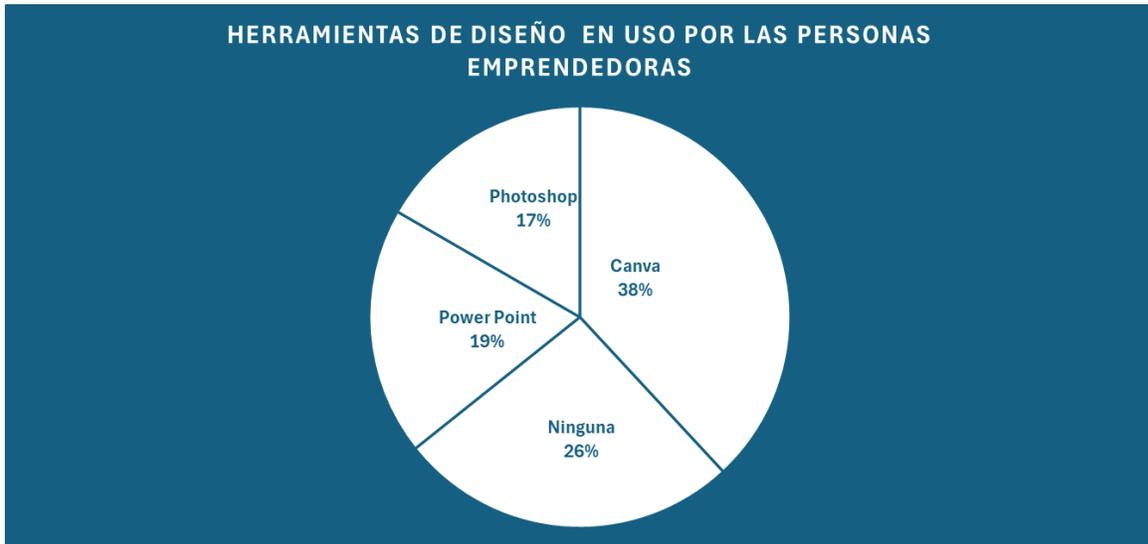
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra, por lo menos cuatro herramientas son utilizadas por las personas emprendedoras: *Canva* con 16, *Power Point* con ocho, *Photoshop* con siete e *Illustrator* con dos menciones. Es importante indicar que 11 respuestas refieren a que no utilizan ninguna herramienta.

En términos cuantitativos, la Figura 22 muestra de manera porcentual el uso de herramientas de diseño.

Figura 22.

Herramientas de diseño por uso de las personas emprendedoras



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las personas emprendedoras, al referenciar el uso de algunas herramientas de diseño gráfico, las conciben como programas o aplicaciones que permiten crear diseños de manera asistida por computadora. Con estas herramientas se puede editar imágenes, elegir colores, fuentes, formas, efectos y otros elementos visuales, que contribuyen a la comunicación con la clientela y visibilizar su negocio. Entre las destacadas se encuentra *Canva*, 38%; *PowerPoint*, 19 % y *Photoshop*, 17 %.

En la Tabla 20 se muestra el nivel de uso de estas herramientas. Los criterios utilizados van de básico, intermedio, avanzado y no manejo herramientas. A continuación, se muestran las respuestas.

Tabla 20.

Nivel de uso de las herramientas de diseño gráfico

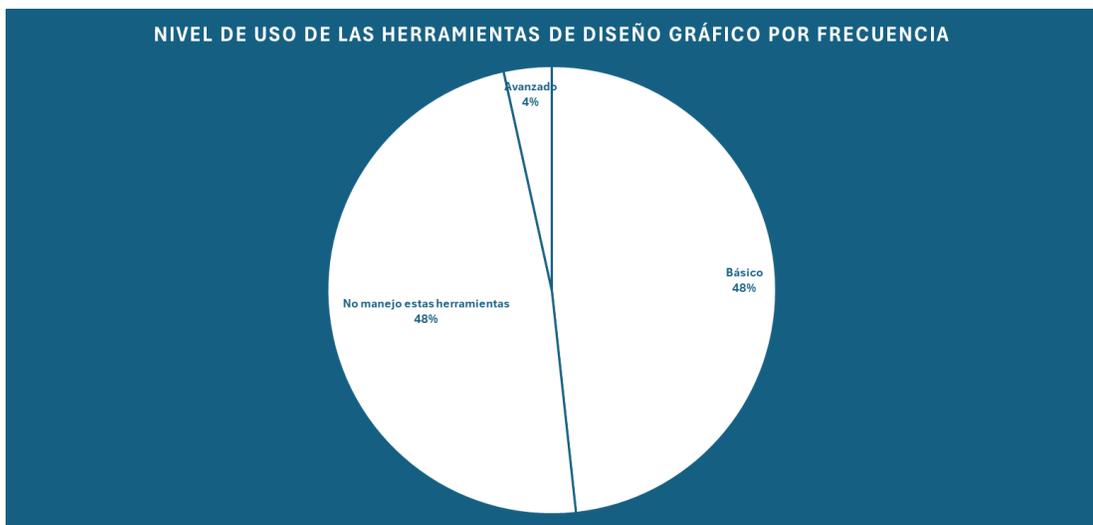
Códigos	Nivel de uso de diseño	Frecuencia
	Básico	14
PE1- PE29	No manejo estas herramientas	14
	Avanzado	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Conviene subrayar que las respuestas se agruparon en tres de las cuatro opciones planteadas. En primer lugar, las opciones Básico y No manejo estas herramientas presentaron cada una 14 respuesta. En segundo lugar, el nivel avanzado, una respuesta. Estas respuestas se ven graficadas en la Figura 23.

Figura 23.

Nivel de uso de las herramientas de diseño gráfico



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Referente al uso y el nivel de dominio de las herramientas de diseño gráfico, como programas o aplicaciones asistidas por computadora. Por otro lado, el 4 % tiene un nivel de uso avanzado, lo cual se puede deducir que las herramientas le permiten a la persona emprendedora editar imágenes, elegir colores, fuentes, formas, efectos y otros elementos visuales, para fortalecer sus negocios o emprendimientos.

Otro rasgo importante que se recopiló sobre el uso de herramientas en diseño con IA fue cuáles se utilizaban. Por lo tanto, se les brindó 19 opciones de respuesta, que fueron determinadas como las más usadas dentro del ámbito de los negocios. Las personas participantes refieren a las señaladas en la Tabla 21.

Tabla 21.

Herramientas IA en diseño utilizadas

Código	Herramientas de IA
PE1	Ninguna
PE2	Ninguna
PE3	Canva
PE4	Canva
PE5	Ninguna
PE6	Canva
PE7	Canva
PE8	Ninguna
PE9	Ninguna
PE10	Canva, PicsArt
PE11	Ninguna
PE12	Ninguna
PE13	PicsArt, Microsoft Designer, Imagine AI Art Generator, Canva
PE14	Ninguna
PE15	Canva
PE16	Ninguna
PE17	Ninguna
PE18	Ninguna
PE19	Ninguna
PE20	Canva
PE21	Ninguna
PE22	Ninguna
PE23	Ninguna
PE24	Ninguna
PE25	Ninguna
PE26	Canva
PE27	Ninguna
PE28	Canva
PE29	Ninguna

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

En la Tabla 21, se demuestra que, de las 19 opciones planteadas, las respuestas refieren a cinco opciones únicamente. Todas estas están señaladas en la Tabla 22.

Tabla 22.

Herramientas IA en diseño utilizadas diseño por frecuencia de mención

Códigos	Herramientas de IA	Frecuencia
	Ninguna	19
	Canva	10
PE1- PE29	PicArt	2
	Microsoft Designer	1
	Imagine AI Art Generator	1

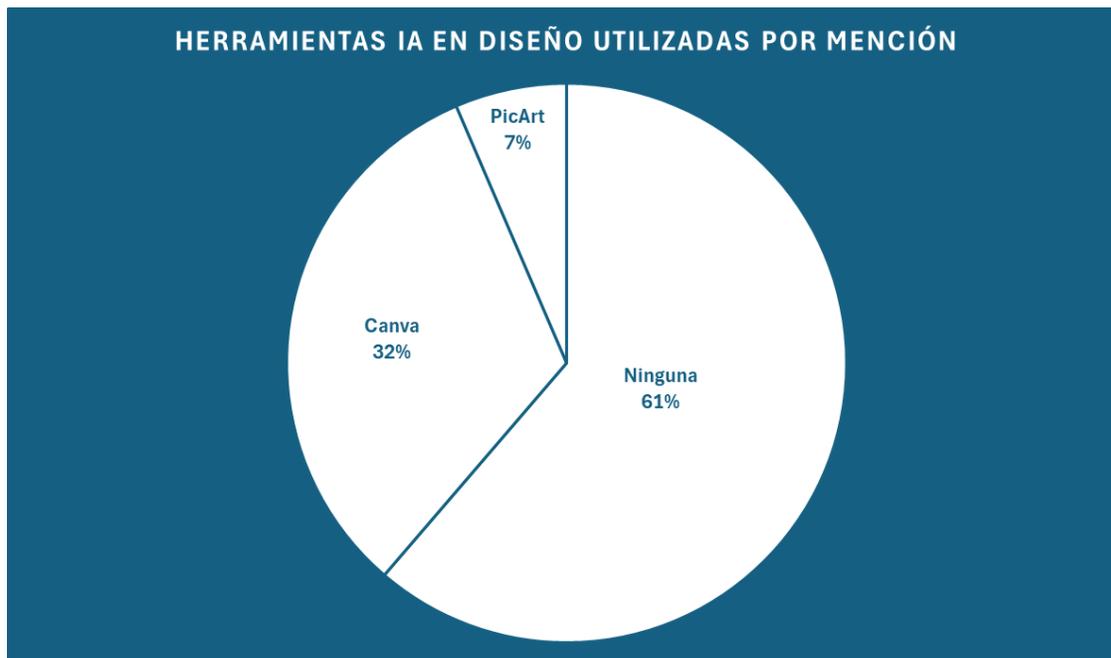
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra en la Tabla 22, las cinco opciones de herramientas de diseños de AI son las siguientes. En primer lugar, la opción Ninguna posee una frecuencia de 19. Por otro lado, *Canva*, 10 y *PicArt*, 2. Finalmente, *Microsoft Designer* e *Imagine AI Art Generator* tienen una mención respectivamente.

De la consulta realizada, se encuentran tres opciones de respuesta. Estas se muestran en la Figura 24.

Figura 24.

Herramientas IA en diseño utilizadas por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

El 61 % de las respuestas refiere a que no se utiliza ninguna herramienta de IA para el diseño. El 32 % refiere que utiliza *Canva*. Por último, el 7 % utiliza *PicArt*. Ahora bien, en la Tabla 23 se muestra el nivel de uso de cada una de estas herramientas.

Tabla 23.

Nivel de uso de las herramientas IA en diseño

Código	Nivel de uso de herramientas IA en diseño
PE1	No manejo estas herramientas
PE2	No manejo estas herramientas
PE3	Básico
PE4	Básico
PE5	No manejo estas herramientas
PE6	Básico
PE7	Básico
PE8	Básico
PE9	No manejo estas herramientas
PE10	Básico
PE11	Básico
PE12	No manejo estas herramientas
PE13	Básico
PE14	No manejo estas herramientas
PE15	Básico
PE16	No manejo estas herramientas
PE17	No manejo estas herramientas
PE18	Básico
PE19	No manejo estas herramientas
PE20	Básico
PE21	No manejo estas herramientas
PE22	No manejo estas herramientas
PE23	No manejo estas herramientas
PE24	No manejo estas herramientas
PE25	Básico
PE26	No manejo estas herramientas
PE27	No manejo estas herramientas
PE28	Básico
PE29	No manejo estas herramientas

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

En cuanto a las respuestas mostradas, la Tabla 24 las cuatro opciones planteadas: en básico y el no manejo de herramientas se determinan en términos porcentuales. A continuación, se muestra la frecuencia de respuestas.

Tabla 24.

Nivel de uso de las Herramientas IA en diseño por frecuencia de mención

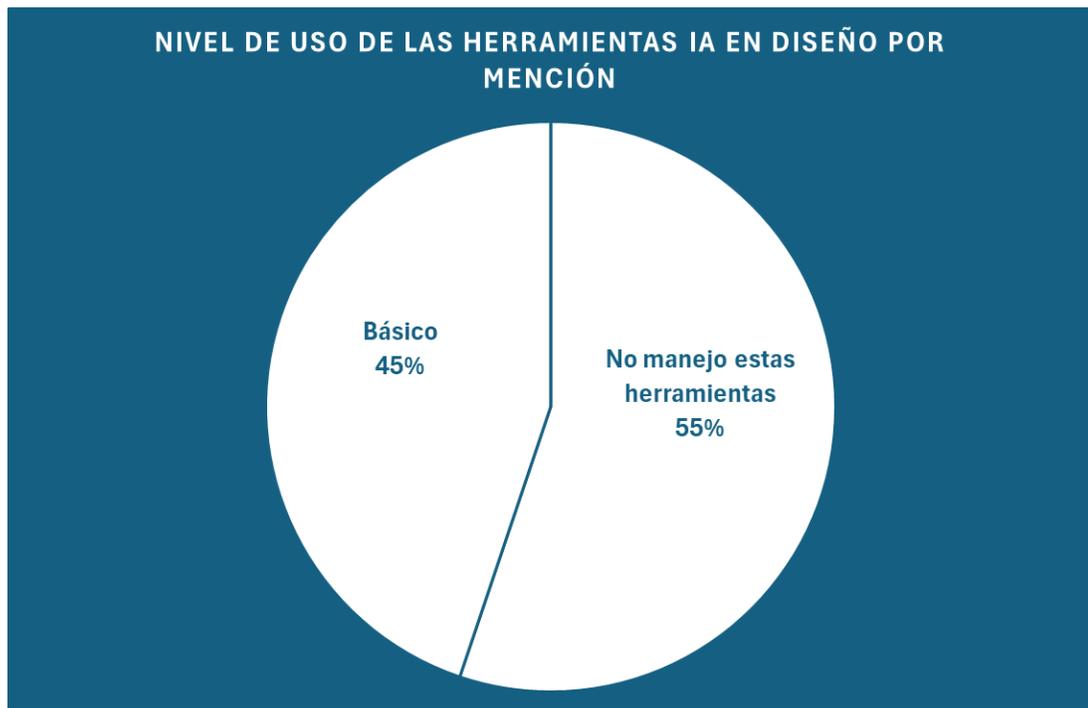
Códigos	Nivel de Uso de herramientas IA en Diseño	Frecuencia
PE1- PE29	No manejo estas herramientas	16
	Básico	13

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Más aún, en términos de porcentajes, las respuestas mantienen el siguiente comportamiento, tal y como se muestra en la Figura 25.

Figura 25.

Nivel de uso de las herramientas IA en diseño por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Lo dicho hasta aquí supone que las personas emprendedoras, que hacen uso de una herramienta de IA como *Canva* (que es un 32 %, según la Figura 24), un 45 % tiene un dominio básico. Por otro lado, el 55 % indica no manejar herramientas de diseño gráfico. Por lo tanto, no cuentan con IA pueden aliviar la carga de trabajo al refinar automáticamente su trabajo y generar ideas de diseño para sus negocios o emprendimientos.

En relación con los sitios web, se valoró las capacidades y conocimientos relacionados con su creación y gestión. Sobre las 29 respuestas obtenidas, referentes al conocimiento en la creación de páginas web para sus emprendimientos, las personas participantes tenían dos opciones de respuesta. La pregunta era cerrada, cuyas dos opciones de respuestas son Sí o No. Los datos obtenidos se muestran en la Tabla 25.

Tabla 25.

Conocimiento en la creación de sitios web

Código	Conocimiento en la creación de sitios web
PE1	Si
PE2	No
PE3	No
PE4	No
PE5	No
PE6	No
PE7	No
PE8	No
PE9	No
PE10	No
PE11	No
PE12	No
PE13	Sí
PE14	Sí
PE15	No
PE16	No
PE17	No
PE18	No
PE19	No
PE20	No
PE21	No
PE22	No
PE23	No
PE24	No
PE25	No
PE26	No
PE27	No
PE28	No
PE29	No

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

En la Tabla 26 se organizan esos datos y se agrupan en las dos opciones posibles. A continuación, se muestra la información suministrada.

Tabla 26.

Conocimiento en la creación de sitios web por frecuencia de mención

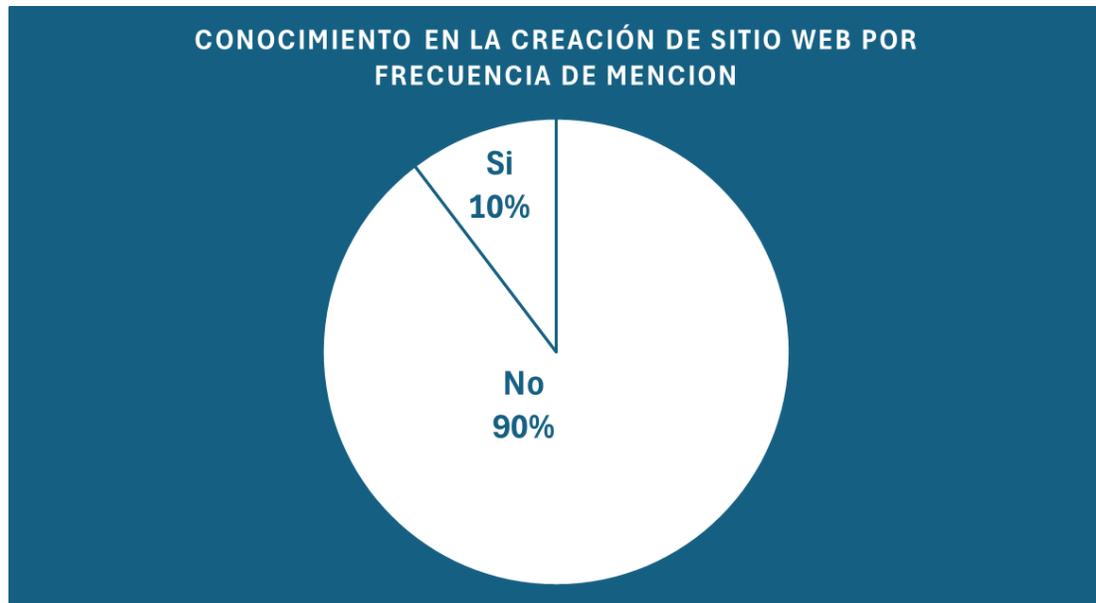
Códigos	Conocimiento en la creación de sitios web	Frecuencia
PE1- PE29	No	26
	Sí	3

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las 26 respuestas obtenidas refieren a que no cuentan con conocimiento en la creación de sitios web. Solamente tres de ellas indican contar con el conocimiento. En la Figuras 26 se muestra porcentualmente el comportamiento de las respuestas.

Figura 26.

Conocimiento en la creación de sitios web por frecuencia de mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

La Figura 26 muestra que el 90 % de las personas participantes no cuenta con conocimientos básicos de los sitios web. Por otro lado, solamente el 10 % tiene conocimientos vinculados con el diseño, la información, la navegabilidad y la optimización. Cada uno de esos aspectos mencionados son relevantes, pues permiten comunicar la información del emprendimiento, desde el contenido relevante o útil, así como descripciones de productos, horarios comerciales, información de contacto y navegabilidad para que las personas usuarias puedan encontrar rápidamente lo que necesitan.

Tomando en cuenta lo anterior, en donde el sitio web es el medio de comunicación entre las personas empresarias y su clientela, es necesaria que la página sea gestionada para que se fortalezca los emprendimientos. En especial es fundamental la capacitación referente a la

gestión de los sitios web. Sobre este último punto, en la Tabla 27 se muestran las respuestas de las personas informantes.

Tabla 27.

Conocimiento en la gestión de sitios web

Código	Conocimiento en la gestión de sitios web
PE1	Sí
PE2	No
PE3	No
PE4	No
PE5	No
PE6	No
PE7	No
PE8	No
PE9	No
PE10	No
PE11	No
PE12	No
PE13	Sí
PE14	Sí
PE15	No
PE16	No
PE17	No
PE18	No
PE19	No
PE20	No
PE21	No
PE22	No
PE23	No
PE24	No
PE25	No
PE26	No
PE27	No
PE28	No
PE29	No

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Se puede ver que las 29 respuestas se agrupan mayoritariamente en No. Por lo tanto, se evidencia un bajo conocimiento sobre lo que implica la gestión de un sitio web.

Tabla 28.

Conocimiento en la gestión de sitios web por frecuencia de mención

Códigos	Conocimiento en la gestión de sitios web	Frecuencia
PE1- PE29	No	26
	Si	3

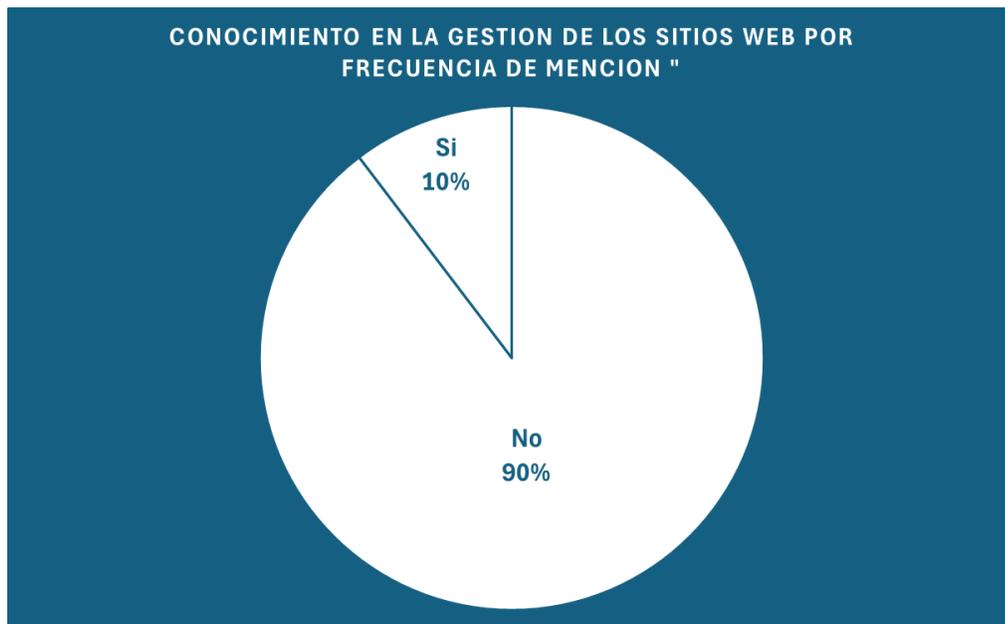
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las 26 respuestas hacen referencia a la opción No. Por su parte, solamente tres respuestas son afirmativas sobre el conocer la gestión de un sitio web. Por lo tanto, es posible que esas tres respuestas evidencien que las personas cuentan con conocimientos básicos sobre la estructura de las páginas, presentación visual, interactividad y los contenidos básicos.

Ahora bien, en la Figura 27, se toma en cuenta esas 26 respuestas.

Figura 27.

Conocimiento en la gestión de sitios Web por frecuencia de mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se ve en el gráfico el 90 % de las respuestas indica que las personas cuentan con conocimientos básicos sobre la estructura de las páginas, presentación visual, interactividad y los contenidos básicos. En otras palabras, la gestión de los sitios web de estas

personas, en caso de tenerlos, es probable que no generen credibilidad, no capten clientes potenciales. Esto hace que no se mejore la atención al cliente, ni transmita una imagen favorable del emprendimiento. Además, no se fortalece la marca, en caso de existir, y no se genera una presencialidad de 24 horas. Asimismo, es posible que el desconocimiento sobre la gestión de los sitios web puede debilitar el buen funcionamiento del emprendimiento, aspecto fundamental para tener que se genere una buena experiencia al usuario y se proteja la información.

4.2 Análisis de datos para objetivo: Determinar

Es importante dentro del análisis que se realiza determinar el perfil socio tecnológico de las personas emprendedoras del cantón de Oreamuno. Para poder construir dicho perfil, por medio de la aplicación *DHID* en octubre de 2024, se establecen a nivel de datos generales, siete preguntas abiertas, que recopilan información relacionada con nombre y apellidos (datos que no se aporta con criterios éticos), edad, género, nivel educativo, nivel educativo de las personas empleadas, número del contacto y correo electrónico.

En la Tabla 29 se presentan los datos de interés relacionados con la edad de las personas emprendedoras y empleadas.

Tabla 29.

Datos generales, edades

Código	Edad en años
PE1	30
PE2	50
PE3	40
PE4	45
PE5	40
PE6	25
PE7	30
PE8	56
PE9	45
PE10	42
PE11	41
PE12	46
PE13	35
PE14	39
PE15	20
PE16	52
PE17	59
PE18	54
PE19	40
PE20	38
PE21	68
PE22	48
PE23	58
PE24	57
PE25	59
PE26	51
PE27	43
PE28	43
PE29	53

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De las respuestas recopiladas, se logra establecer que existe diversidad de edades de las personas emprendedoras. La persona con mayor edad es de 68 años y la menor es de 20 años.

Tabla 30.

Datos generales de edad por rango y frecuencia de mención

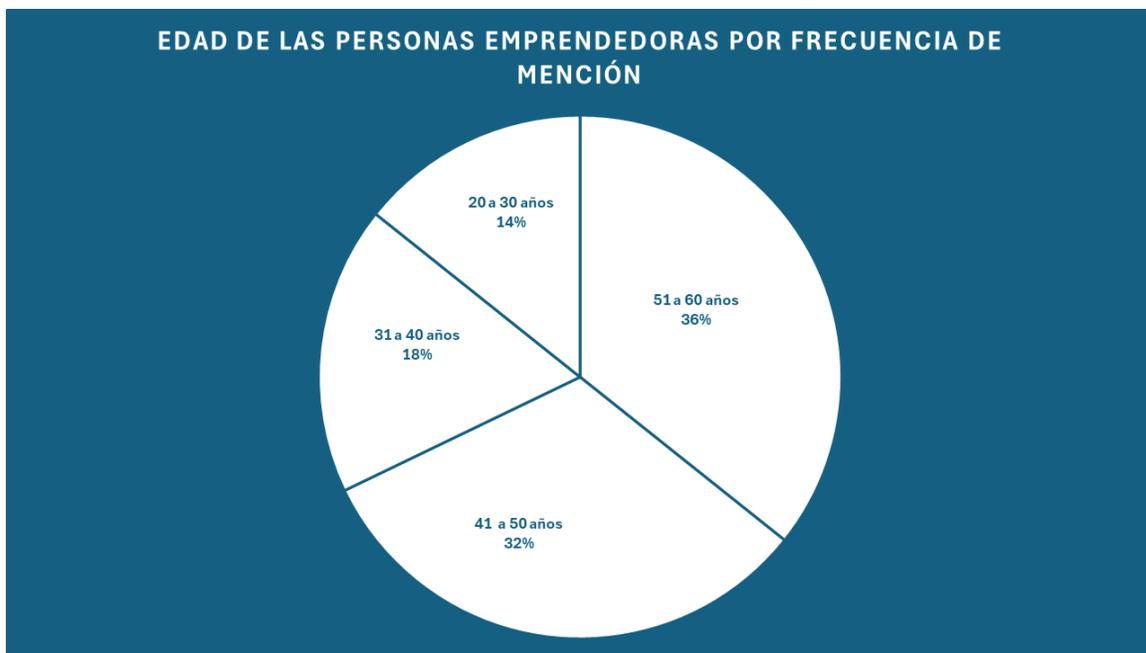
Códigos	Edad	Frecuencia
PE1- PE29	51 a 60 años	10
	41 a 50 años	9
	31 a 40 años	5
	20 a 30 años	4
	61 a 68 años	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al agrupar las respuestas emitidas por las personas, por medio de una pregunta abierta, se generan rangos de edades para agrupar las respuestas. Este aspecto logra determinar que del rango de 51 a 60 años la frecuencia de respuesta de 10 personas emprendedoras. En segundo lugar, la frecuencia de nueve se encuentra dentro del rango de 41 a 50 años. Finalmente, la frecuencia de cinco personas, entre los 31 y 40 años. Sobre este aspecto, en la Figura 28 se muestran los porcentajes de los cuatro rangos con mayores menciones.

Figura 28.

Datos generales de edad por rango y frecuencia de mayor mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra, el 36 % de las personas se encuentran en un rango de edad entre los 51 a 60 años. Si se realiza una valoración ese porcentaje es definido por inmigrantes digitales. Este grupo etario necesita más tiempo para interiorizar la dinámica digital, sin recurrir a una comunicación condescendiente.

Seguidamente, se encuentran las personas con edades entre los 41 a 50 años, con un 32 %. Con respecto al entorno digital, pertenecen a una época de cambios. Asimismo, este

grupo está abierto a usar innovaciones tecnológicas que hagan cotidianidad más fácil. A su vez, el 18 % de las personas participantes se encuentra en un rango de 31 a 40 años. Sobre su dinámica social, estas personas usan constantemente las redes y no comprenden la diferencia entre las interacciones digitales y las reales.

Otro aspecto para considerar dentro es el género. En la Tabla 31 se muestran los datos correspondientes a las respuestas de las personas objeto de estudio a nivel individual.

Tabla 31

Género de las personas emprendedoras

Código	Género
PE1	Masculino
PE2	Masculino
PE3	Masculino
PE4	Masculino
PE5	Femenino
PE6	Masculino
PE7	Femenino
PE8	Femenino
PE9	Masculino
PE10	Femenino
PE11	Femenino
PE12	Masculino
PE13	Femenino
PE14	Femenino
PE15	Femenino
PE16	Femenino
PE17	Femenino
PE18	Femenino
PE19	Femenino
PE20	Femenino
PE21	Masculino
PE22	Femenino
PE23	Femenino
PE24	Femenino
PE25	Femenino
PE26	Femenino
PE27	Femenino
PE28	Femenino

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al revisar la frecuencia de las respuestas se puede obtener los siguientes datos contenidos en la Tabla 32.

Tabla 32.

Género por frecuencia de mención

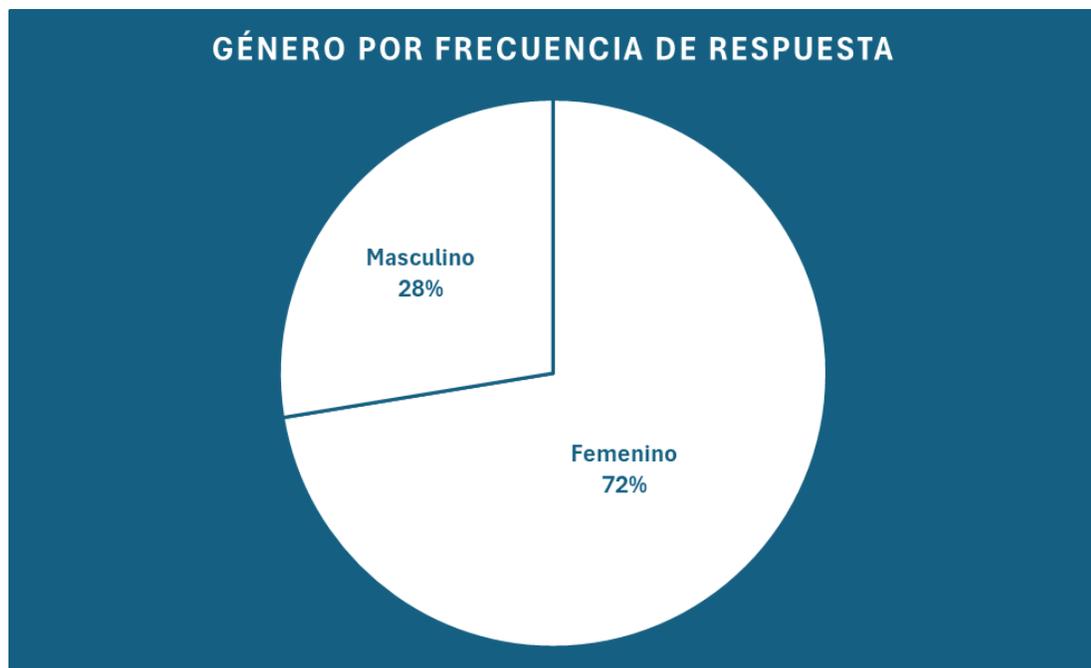
Códigos	Género	Frecuencia
PE1- PE29	Femenino	21
	Masculino	8

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

A continuación, la Figura 29 se muestra la representación porcentual de la Tabla 32.

Figura 29.

Género por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se observa en el gráfico, hay más cantidad de personas emprendedoras femeninas, con un 72 %. En segundo lugar, están las personas masculinas, con un 28 %.

Otra consulta que se realizó está vinculada con el nivel de escolaridad de las personas emprendedoras y empleadas. En primer lugar, la Tabla 33 presenta el nivel educativo del primer grupo.

Tabla 33.

Capacitaciones recibidas el último año

Código	Nivel educativo de la persona emprendedora
PE1	Secundaria completa
PE2	Secundaria completa
PE3	Universitario completo
PE4	Universitario completo
PE5	Secundaria completa
PE6	Universitario completo
PE7	Universitario completo
PE8	Técnico en Administración de Empresas
PE9	Universitario incompleto
PE10	Técnico medio
PE11	Primaria completa
PE12	Secundaria completa
PE13	Universitario incompleto
PE14	Secundaria incompleta
PE15	Secundaria completa
PE16	Primaria completa
PE17	Secundaria incompleta
PE18	Primaria completa
PE19	Primaria completa
PE20	Universitario completo
PE21	Secundaria completa
PE22	Primaria completa
PE23	Universitario completo
PE24	Primaria completa
PE25	Universitario completo
PE26	Secundaria incompleta
PE27	Secundaria completa
PE28	Secundaria incompleta
PE29	Técnico medio

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por otro lado, los resultados de las personas empleadas se muestran en la Tabla 34.

Tabla 34.

Nivel educativo de la persona emprendedora por frecuencia de mención

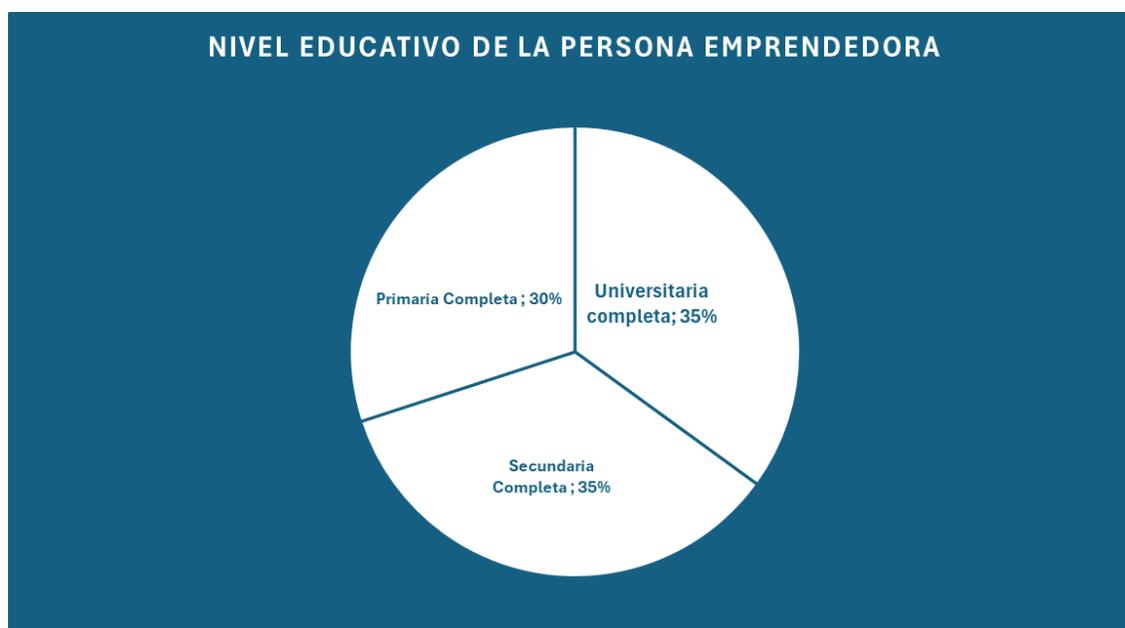
Códigos	Nivel educativo de la persona emprendedora	Frecuencia
PE1- PE29	Universitaria completa	7
	Secundaria completa	7
	Primaria completa	6
	Secundaria incompleta	4
	Otras	3
	Universitaria incompleta	2

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por su parte, en la Figura 30, se muestra el nivel educativo de las personas emprendedoras.

Figura 30.

Nivel educativo de la persona emprendedora



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

En primer lugar, la persona emprendedora cuenta con un nivel educativo que oscila entre los criterios Universitaria Completa y Secundaria Completa, con un 35 %. En segundo lugar, el 30 % refirió al criterio Primaria Completa.

Ahora bien, en relación con el nivel educativo de las personas empleadas, en la Tabla 35 se muestra el desglose de las categorías.

Tabla 35.

Nivel educativo más alto de las personas empleadas

Código	Nivel educativo más alto de las personas empleadas
PE1	Secundaria completa
PE2	Secundaria completa
PE3	Secundaria completa
PE4	Secundaria incompleta
PE5	Secundaria completa
PE6	Secundaria completa
PE7	Secundaria completa
PE8	Técnico de Administración de Empresas
PE9	Universitario incompleto
PE10	Técnico medio
PE11	Primaria completa
PE12	Universitario completo
PE13	Universitario incompleto
PE14	No tengo personas empleadas
PE15	Secundaria completa
PE16	Trabajo sola
PE17	No tengo personas empleadas
PE18	Secundaria completa
PE19	No tengo personas empleadas
PE20	No tengo personas empleadas
PE21	Secundaria incompleta
PE22	Primaria completa
PE23	Universitario completo
PE24	No tengo personas empleadas
PE25	Primaria incompleta y ninguna educación
PE26	No tengo personas empleadas
PE27	No tengo personas empleadas
PE28	Secundaria incompleta
PE29	Universitario incompleto

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como lo indica la Tabla 35, la mayoría de las respuestas permite determinar que las empresas y/o emprendimientos cuenta con personas empleadas. A su vez una pequeña muestra indica trabajar sola.

Tabla 36.

Nivel educativo más alto por frecuencia de mención

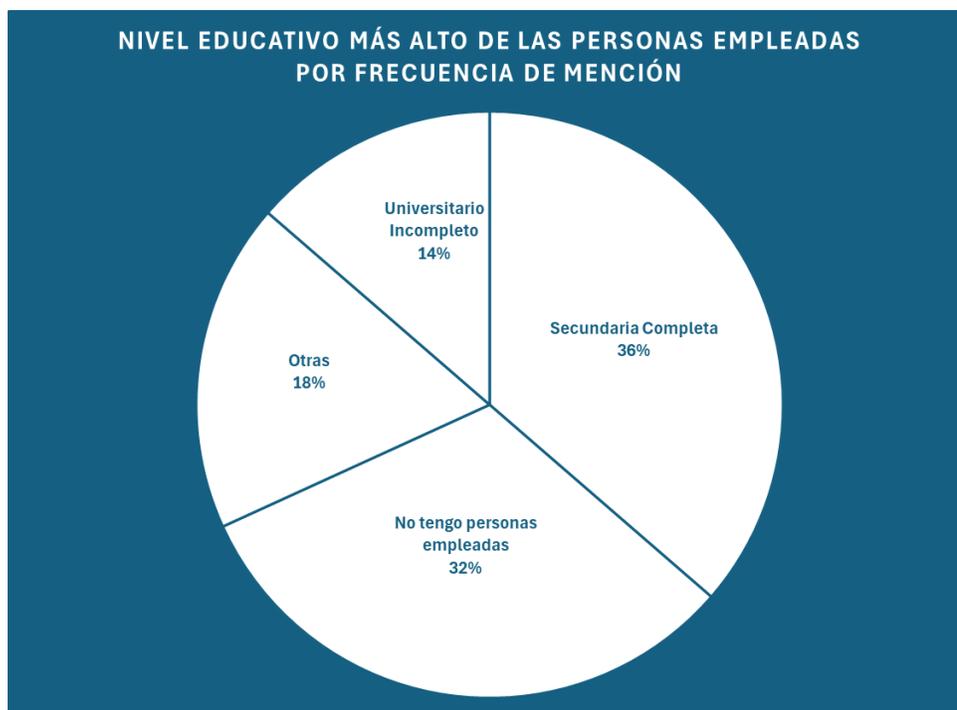
Códigos	Nivel educativo más alto de las personas empleadas	Frecuencia
PE1- PE29	Secundaria completa	8
	No tengo personas empleadas	7
	Otras	4
	Universitario incompleto	3

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De acuerdo con la frecuencia de las respuestas, se tiene que ocho respuestas indican tener secundaria completa lo que conforma un 36 %. Asimismo, las siete respuestas indican no tener personas empleadas, un 32 %. Un 18 % seleccionó la opción *Otras* con cuatro respuestas. Por último, un 14 % posee una educación universitaria incompleta, con tres respuestas.

Figura 31.

Nivel educativo más alto de las personas empleadas



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

A continuación, la Tabla 37 muestra la condición de la empresa en cuanto a la pertenencia de un local.

Tabla 37.

Condición empresa y /o emprendimiento

Código	Condición Empresa y /o emprendimiento
PE1	Cuenta con un local
PE2	Cuenta con un local
PE3	Cuenta con un local
PE4	Cuenta con un local
PE5	Cuenta con un local
PE6	Ambas
PE7	Cuenta con un local
PE8	Se desarrolla de manera virtual
PE9	Cuenta con un local
PE10	Se desarrolla de manera virtual
PE11	Se desarrolla de manera virtual
PE12	Cuenta con un local
PE13	Se desarrolla de manera virtual
PE14	Se desarrolla de manera virtual
PE15	Se desarrolla de manera virtual
PE16	Se desarrolla de manera virtual
PE17	Cuenta con un local
PE18	Se desarrolla de manera virtual
PE19	Se desarrolla de manera virtual
PE20	Ambas
PE21	Cuenta con un local
PE22	Se desarrolla de manera virtual
PE23	Se desarrolla de manera virtual
PE24	Se desarrolla de manera virtual
PE25	Cuenta con un local
PE26	Se desarrolla de manera virtual
PE27	Se desarrolla de manera virtual
PE28	Se desarrolla de manera virtual
PE29	Ambas

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al consultar a las personas emprendedoras por la naturaleza del local, nos permite caracterizar mejor esa población que es objeto de estudio en este TFG. De manera tal que se puede comprender el tipo de presencia física o virtual o ambas. Tal como lo muestra la tabla anterior, en términos de frecuencia de respuesta se discriminan los datos por la cantidad de frecuencias.

Tabla 38.

Condición empresa y /o emprendimiento

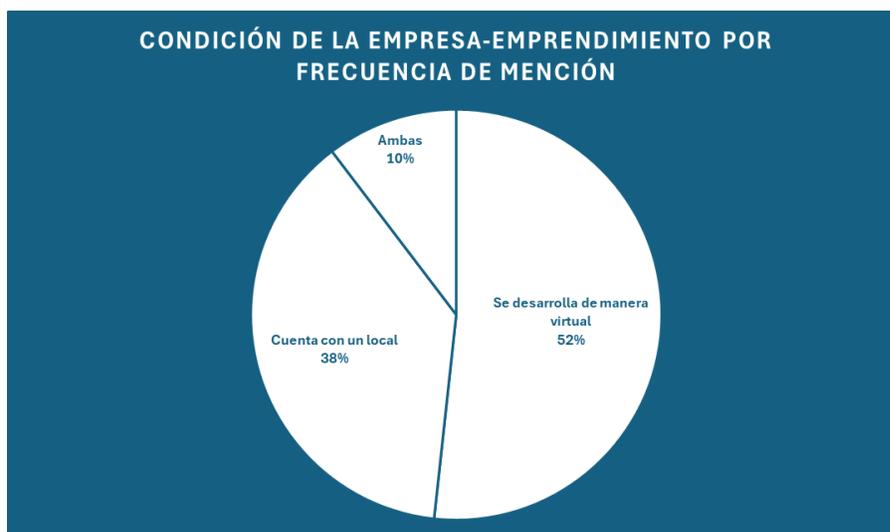
Códigos	Condición empresa y /o emprendimiento	Frecuencia
PE1- PE29	Se desarrolla de manera virtual	15
	Cuenta con un local	11
	Ambas	3

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De las 29 respuestas se puede establecer que detrás de ellas hay modelos de hacer negocios. En primer lugar, hay 15 menciones que indican que su empresa y/o emprendimiento tienen una presencia virtual. En segundo lugar, hay 11 menciones que poseen un local físico. Finalmente, tres de ellas es bimodal, tanto una presencia física como online.

Figura 32.

Condición empresa y /o emprendimiento por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por lo tanto, según los datos, el 52 % de las empresas o emprendimientos poseen una presencia virtual, lo que implica no tener una limitación o barrera física. Finalmente, el 10 % de las respuestas indica que la empresa o emprendimiento tiene una visibilidad tanto física como online o virtual. Lo anterior permite la integración de ambos modelos de negocio, ya que tiene mayor diversidad de canales de atención y la experiencia del cliente.

Como se menciona en el apartado anterior, sobre el modelo de negocio de las personas emprendedoras del cantón de Oreamuno, es necesario conocer la zona de influencia de esas empresas y/o emprendimientos. Cabe señalar, en el cantón de Oreamuno como se indicó en el apartado de la justificación, se encuentra integrado por cinco distritos, San Rafael, Cot, Potrero Cerrado, Cipreses y Santa Rosa.

Tabla 39.

Ubicación por distrito

Código	Distrito
PE1	San Rafael
PE2	San Rafael
PE3	San Rafael
PE4	San Rafael
PE5	San Rafael
PE6	San Rafael
PE7	San Rafael
PE8	San Rafael
PE9	Santa Rosa
PE10	San Rafael
PE11	Santa Rosa
PE12	Cot
PE13	Potrero Cerrado
PE14	San Rafael
PE15	Potrero Cerrado
PE16	San Rafael
PE17	San Rafael
PE18	San Rafael
PE19	San Rafael
PE20	Virtual
PE21	Santa Rosa
PE22	Cot
PE23	Virtual
PE24	San Rafael
PE25	Potrero Cerrado
PE26	Virtual
PE27	Virtual
PE28	San Rafael
PE29	San Rafael

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por lo tanto, la muestra utilizada de 29 respuestas refiere a cuatro de esos cinco cantones, en cuanto que desarrollo físico del modelo de negocio. A su vez, hay respuestas que refieren a la modalidad online o virtual.

Tabla 40.

Ubicación por distrito por frecuencia de mención

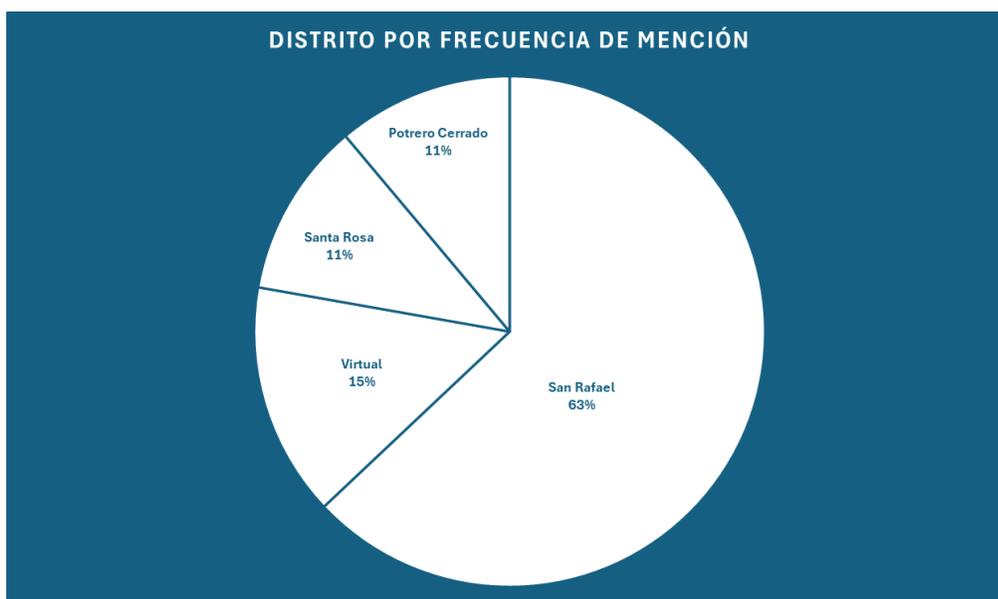
Códigos	Distrito	Frecuencia
PE1- PE29	San Rafael	17
	Virtual	4
	Santa Rosa	3
	Potrero Cerrado	3

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por frecuencia de mención, sobre las empresas o emprendimientos, 17 respuestas indican que se encuentran en San Rafael que es la cabecera del cantón de Oreamuno. También 4 de ellas son virtuales y con tres dieron respuestas que indican el distrito, a saber, Santa Rosa y Potrero Cerrado, distritos ganaderos y agropecuarios.

Figura 33.

Ubicación por distrito por frecuencia de mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

El 63 % de las empresas y emprendimientos se encuentran en San Rafael. También, el 15 % es online o virtual, por lo tanto, no referencia un distrito en específico. Un 11%, cada uno, indican proceder de Santa Rosa y Potrero Cerrado. Es importante mencionar que, según el

índice de competitividad nacional, Oreamuno como cantón se encuentra en el puesto seis con respecto al índice de dinamismo de mercados y crecimiento del área de construcción de comercio.

4.3 Análisis de datos para objetivo: Definir

En esta sección se analizan los datos recopilados y relacionado con el objetivo: *Definir los fundamentos que se requieren de la educación técnica no formal para el desarrollo de un programa de capacitación.*

Dentro del capítulo II, se puede encontrar la definición de educación técnica no formal, la cual refiere según Luján, quien cita a Vásquez (1998), para “[...] toda actividad organizada, sistemática y educativa, realizada fuera del sistema oficial, orientada a facilitar ciertos tipos de aprendizaje a subgrupos específicos de la población, tanto adultos como niños” (p. 102).

Luján (2010) también describe esta disciplina como una práctica profesional que abarca etapas y procesos de planificación, organización, implementación, monitoreo, evaluación y sistematización de acciones educativas. Su objetivo es promover un aprendizaje significativo y culturalmente adecuado. Además, ofrece oportunidades de formación a diversos grupos sociales.

Para desarrollar un programa de capacitaciones en el marco de la educación técnica no formal, es esencial considerar una serie de fundamentos que permitan no solo la adquisición de conocimientos, sino también el desarrollo de habilidades prácticas aplicables al contexto de los participantes.

La educación técnica no formal debe priorizar el desarrollo de competencias específicas que los participantes puedan aplicar de inmediato en su contexto laboral o personal. Esto incluye habilidades prácticas o competencias que respondan a las necesidades reales de los

emprendedores, como el uso de herramientas digitales, estrategias de mercadeo o gestión de recursos entre otras.

Es importante comprender el concepto de competencias, el cual está definido como los “procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto y con responsabilidad”, como indican Juanto et al (como se cita en Tobón, 2005, p.5).

Esta definición sugiere que, al ejecutar tareas o actividades que requieren un alto nivel de habilidad y conocimiento, una persona no solo debe poseer la capacidad técnica necesaria, sino también la habilidad de adaptar su desempeño a las condiciones y demandas específicas del contexto en el que se encuentra. Para un emprendedor, esto implica tener el conocimiento adecuado para ejecutar tareas de manera efectiva.

Camacho (2020) señala que las competencias están influenciadas por factores lingüísticos, sociales, históricos y culturales, lo que les da un contexto específico, su principal función es integrar diversos conocimientos y aplicarlos en la vida cotidiana. Por otro lado, permite a las personas actuar de manera efectiva ante situaciones que demandan el uso de estos saberes. Las competencias abarcan los cuatro pilares del conocimiento propuestos por Delors (1996): el saber, el saber hacer, el saber ser y el saber estar, de esta manera, engloban el "qué" (contenidos o conocimientos), el "cómo" (métodos o formas de hacer) y el "para qué" (capacidades, actitudes y valores).

Para el concepto de enfoque se puede tomar la definición presentada por Campuzano et al (2022), los cuales indican:

[...] Los enfoques son concepciones y percepciones abiertas, flexibles e hipotéticas de la realidad educativa, que permiten ajustes, adaptaciones e integraciones de las distintas ciencias y de diferentes experiencias pedagógicas, conservando siempre una

perspectiva del análisis del fenómeno educativo de las teorías del aprendizaje [...] (p. 1349)

Lo anterior señala que los enfoques son maneras de entender y percibir la educación. Son dinámicos, abiertos a cambios, permiten que se realicen ajustes y adaptaciones en la práctica pedagógica e integran diversas disciplinas y experiencias educativas. Por ello, mantienen una conexión con las teorías del aprendizaje, lo que implica una comprensión más amplia y analítica del fenómeno educativo.

Es necesario destacar la importancia de la flexibilidad y la integración en el diseño de prácticas educativas. Este aspecto puede favorecer una mejor respuesta a las necesidades y demandas del ecosistema educativo.

Ligado a la naturaleza de la educación técnica no formal, el enfoque por competencias es el que se adapta como parte de los fundamentos para establecer un programa de capacitaciones basado en la educación técnica no formal. Benítez indica que (2022) “[...] refiere a una forma de enseñanza y aprendizaje que se centra en desarrollar habilidades y conocimientos prácticos que son necesarios para realizar tareas y resolver problemas en la vida cotidiana y en el mundo laboral” (p. 10404).

Como parte de los fundamentos para el desarrollo de las capacitaciones, la educación no formal requiere adaptarse a los tiempos y circunstancias de los participantes, lo cual significa ofrecer opciones de horarios flexibles, modalidades de enseñanza (presencial, virtual, o bimodal) y métodos de evaluación que reflejen su progreso práctico en lugar de exámenes tradicionales. Por otro lado, la educación no formal debe incorporar la retroalimentación constante, esto ayuda a los participantes a mejorar de manera continua y les permite ajustar sus aprendizajes en función de sus propias necesidades y progresos.

Para el establecimiento de un plan de capacitaciones es necesario pasar por la fase de diagnóstico. Sobre este aspecto, González y Soto (citando a Kellough & Carjuzaa, 2020, p. 19), describen el diagnóstico como un “proceso continuo y sistemático” que implica la recopilación y análisis de datos, con el fin de tomar decisiones fundamentadas para mejorar el aprendizaje y la enseñanza en el aula.

Asimismo, Huere, al referirse a Chiavenato (2007), explica que el diagnóstico es el primer paso en el proceso de capacitación. Lo anterior se afirma, pues ayuda a mitigar riesgos empresariales al ofrecer formaciones adecuadas para satisfacer diversas necesidades.

Esta investigación resalta la importancia del uso de TIC para los emprendedores, tanto en su ámbito laboral como personal. Además, se plantea que la educación no formal puede ser un medio que fomente la autonomía y el desarrollo personal.

Tal y como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, las capacitaciones tienen un valor intrínseco porque con procesos de educación no formal que ayudan a desarrollar habilidades que pueden mejorar el éxito y la competitividad de las personas que tienen emprendimientos. En sintonía con lo anterior, se realiza la consulta a la población participante sobre las capacitaciones que consideran relevantes para mejorar la gestión de sus emprendimientos o empresas. Las respuestas están presentadas en la Tabla 41.

Tabla 41.

Capacitaciones para mejorar la gestión

Código	Capacitaciones para mejorar la gestión
PE1	Redes sociales, marketing digital, Project
PE2	Marketing digital, redes sociales; Google
PE3	Redes sociales, marketing digital
PE4	Word, redes sociales, marketing digital
PE5	Word, redes sociales, Excel, Google, Outlook
PE6	Word, redes sociales, marketing digital, Excel
PE7	Redes sociales, marketing digital, Excel, Google
PE8	Redes sociales, marketing digital, creación de sitios web, Outlook, Excel, Project
PE9	Word, redes sociales, marketing digital, gestión de sitios web, Excel, PowerPoint
PE10	Redes sociales, marketing digital
PE11	Redes sociales
PE12	Redes sociales
PE13	Redes sociales, marketing digital, creación de sitios web, gestión de sitios web, Excel, Outlook, Google
PE14	Redes sociales, marketing digital, PowerPoint, Excel, Word, creación de sitios web
PE15	Excel, gestión de sitios web, marketing digital, redes sociales
PE16	Redes sociales
PE17	Marketing digital, Word, Excel
PE18	Redes sociales
PE19	Redes sociales
PE20	Redes sociales, marketing digital, creación de sitios web, gestión de sitios web, Google, Excel
PE21	Redes sociales, búsqueda de información relevante, marketing digital
PE22	Redes sociales
PE23	Redes sociales, marketing digital, creación de sitios web, gestión de sitios web, Excel
PE24	Redes sociales, Word, gestión de sitios web
PE25	Excel, creación de sitios web, marketing digital, gestión de sitios web, Project
PE26	Redes sociales, búsqueda de información relevante, marketing digital, creación de sitios web
PE27	Redes sociales, marketing digital, creación de sitios web, Excel
PE28	Marketing digital, creación de sitios web, redes sociales, Word, Excel, Project, PowerPoint, gestión de sitios web, búsqueda de información relevante, Google
PE29	Creación de sitios web, redes sociales

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Dentro de las 12 opciones posibles brindadas por el instrumento diseñado, se puede visualizar la diversidad de respuestas obtenidas. Para un análisis más pertinente se pueden agrupar de mayor a menor por frecuencia de mención, como se muestra en la Tabla 42.

Tabla 42.

Capacitaciones para mejorar la gestión por frecuencia de mención

Códigos	Capacitaciones para mejorar la gestión	Frecuencia
PE1- PE29	Redes sociales	27
	<i>Marketing</i> digital	20
	Excel	14
	Creación de sitios web	10
	Gestión de sitios web	8
	<i>Word</i>	6
	<i>Google</i>	4
	<i>Project</i>	3
	Búsqueda de información relevante	3
	<i>Outlook</i>	

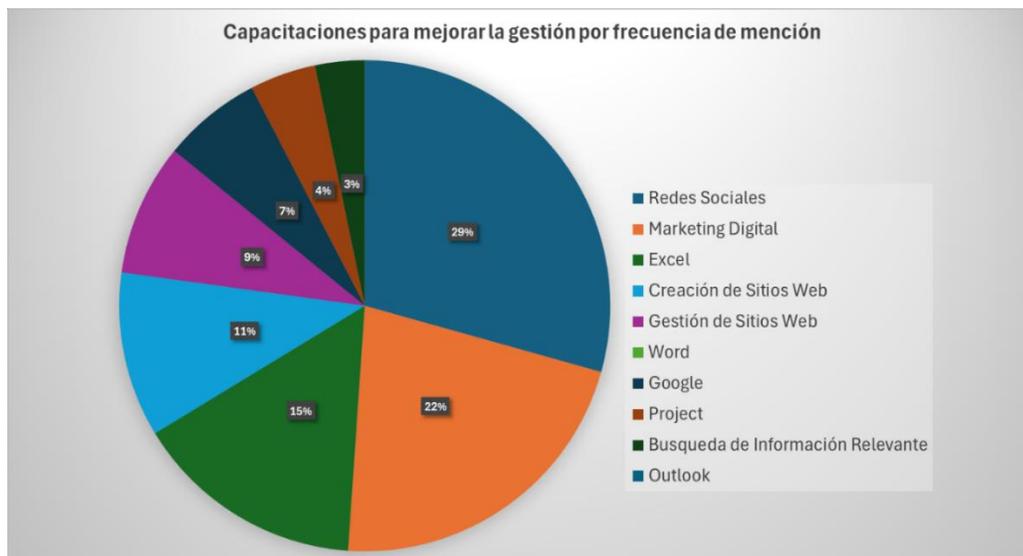
Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las mayores frecuencias de respuesta se dan en capacitaciones para mejorar la gestión, 27; *marketing* digital, 20; *Excel*; 14 y creación de sitios web con 10. En una frecuencia media, se encuentran gestión de los sitios web y *Word* con ocho, *Google* con seis y, en una frecuencia baja, *Project* con cuatro. Finalmente, búsqueda de información relevante y *Outlook* con tres menciones.

Si se toma en cuenta los porcentajes de mayor a menor sobre la preferencia de las capacitaciones, se muestra en la Figura 34.

Figura 34.

Capacitaciones para mejorar la gestión por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Los intereses de las personas participantes refieren a redes sociales con un 29 %. Por otro lado, el 22 % optó por el *Marketing Digital* y *Excel* con un 15 % como las más altas según los porcentajes. Con un porcentaje medio creación de sitios web con 11 %, gestión de sitios web y *Word* 9 % y con porcentaje bajo *Google* 7 %, *Project* 4 %, entre otros.

En relación con las capacitaciones para las personas emprendedoras, se identifica la posibilidad de dar insumos, herramientas para que por medio de constante formación puedan progresivamente identificar con información actualizada los cambios en el mercado. Además, que puedan analizar los comportamientos de la persona consumidora y desarrollar estrategias y tecnologías acorde con sus necesidades y naturaleza de sus emprendimientos y/o empresas. Tomando en cuenta esto, se les realiza la consulta sobre si han recibido capacitaciones sobre uso de las diversas herramientas que se le han consultado y se obtiene a nivel individual lo que se muestra en la Tabla 43.

Tabla 43.

Capacitaciones recibidas el último año

Código	Capacitaciones recibidas el último año
PE1	No
PE2	No
PE3	No
PE4	No
PE5	No
PE6	No
PE7	No
PE8	No
PE9	No
PE10	No
PE11	No
PE12	No
PE13	Sí
PE14	No
PE15	No
PE16	No
PE17	No
PE18	No
PE19	No
PE20	Sí
PE21	No
PE22	No
PE23	No
PE24	No
PE25	No
PE26	No
PE27	No
PE28	No
PE29	Sí

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

La pregunta como tal es cerrada de manera tal que las personas solamente pueden indicar Sí o No. En la Tabla 44 se recopilan las 29 respuestas por frecuencia.

Tabla 44.

Capacitaciones recibidas el último año por frecuencia de mención

Códigos	Capacitaciones recibidas el último año	Frecuencia
PE1- PE29	No	26
	Sí	3

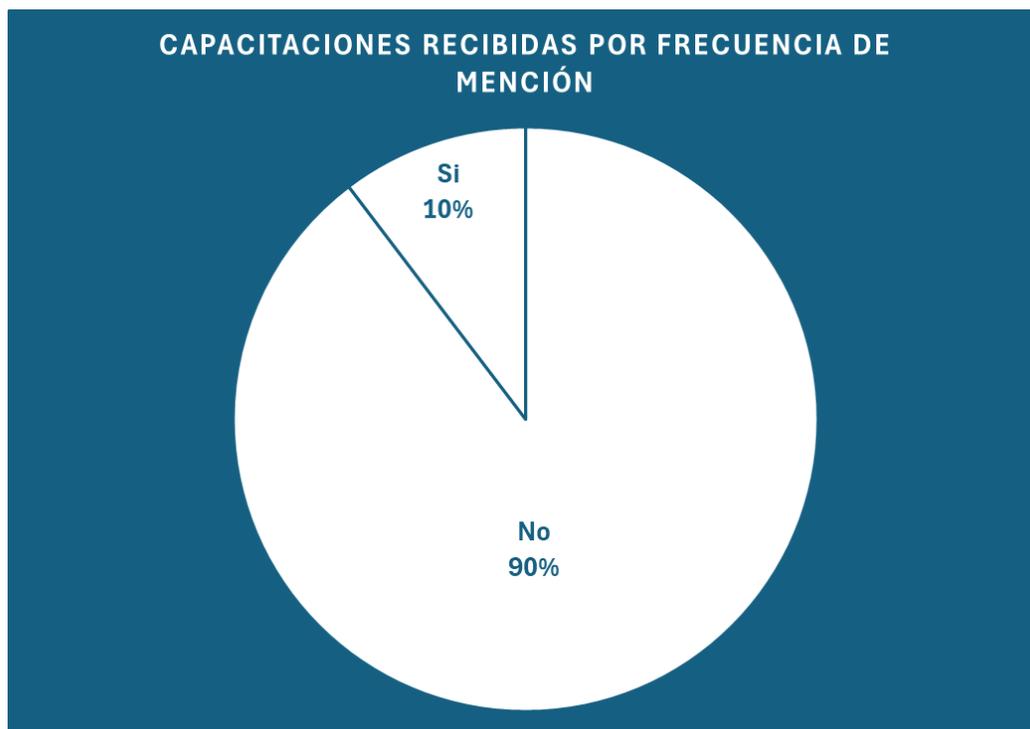
Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Existen 26 respuestas que indican que en los últimos 12 meses no han recibido capacitaciones relacionadas o vinculadas con el uso de herramientas que contribuyan al

desarrollo de los emprendimientos. Solamente tres respuestas indican que Sí. La Figura 35 muestra porcentualmente los datos obtenidos.

Figura 35.

Capacitaciones recibidas el último año por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

El 90 % de las respuestas refieren a que en el último año no han recibido ningún tipo de capacitación. Por otro lado, solamente el 10 % sí ha recibido capacitaciones para desarrollar habilidades que pueden mejorar el éxito y la competitividad de sus emprendimientos.

Con la finalidad de minimizar esa desigualdad que se desprende de la valoración anterior, en concordancia con el diagnóstico de necesidades y tratando de generar una propuesta de un programa de capacitaciones, es necesario determinar la disponibilidad de tiempo para capacitarse, cuantas horas por semana, la modalidad y las personas del emprendimiento que podrían participar. Para la viabilidad del programa de capacitaciones se plantean cuatro preguntas cerradas que se proceden a interpretar los datos recopilados.

A las personas participantes se les plantea la pregunta cuánto tiempo está dispuesto a invertir para la capacitación. Como respuesta, había cuatro opciones probables. En la Tabla 45 se muestra lo que respondieron las personas encuestadas.

Tabla 45.

Tiempo de inversión en capacitación

Código	Tiempo de inversión en capacitación
PE1	Dos veces por semana
PE2	Una vez por semana
PE3	Dos veces por semana
PE4	Una vez por semana
PE5	Una vez por semana
PE6	Una vez por semana
PE7	Una vez por semana
PE8	Dos veces por semana
PE9	Dos veces por semana
PE10	Una vez por semana
PE11	Una vez por semana
PE12	Tres veces por semana
PE13	Dos veces por semana
PE14	Una vez por semana
PE15	Dos veces por semana
PE16	Una vez por semana
PE17	Dos veces por semana
PE18	Dos veces por semana
PE19	Una vez por semana
PE20	Tres veces por semana
PE21	Una vez por semana
PE22	Dos veces por semana
PE23	Dos veces por semana
PE24	Lo que sea necesario para aprender más
PE25	Dos veces por semana
PE26	Dos veces por semana
PE27	Una vez por semana
PE28	Tres veces por semana
PE29	Una vez por semana

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Tal y como se visualiza, se obtienen respuestas diversas en las cuatro opciones planteadas: tres veces, dos veces, una vez y otras. Por su parte, la Tabla 46 analiza la frecuencia de respuesta bajo esas cuatro opciones anteriores.

Tabla 46.

Tiempo de inversión en capacitación por frecuencia de mención

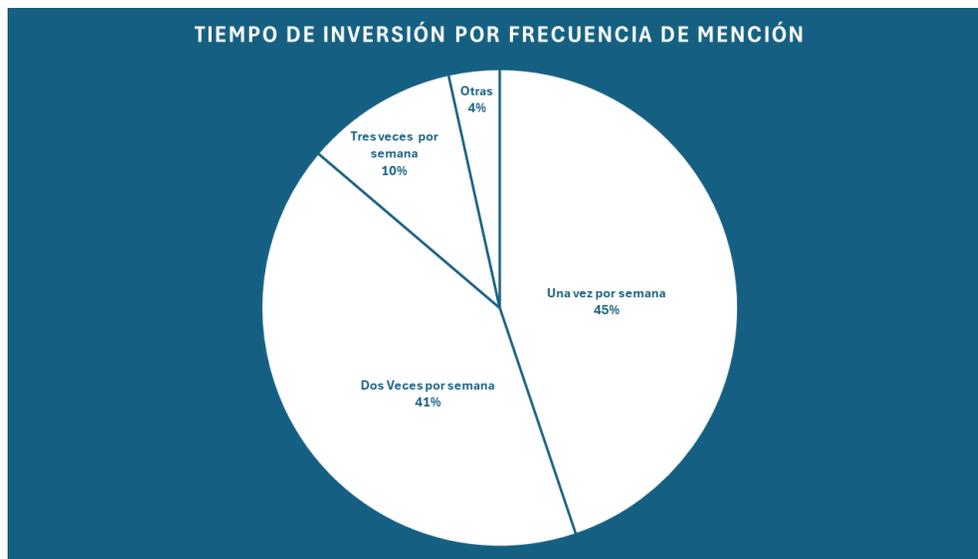
Códigos	Tiempo de inversión en capacitación	Frecuencia
PE1- PE29	Una vez por semana	13
	Dos veces por semana	12
	Una vez por semana	3
	Otras	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De acuerdo con la frecuencia de mayor a menor mención, se obtiene una vez por semana, 13; dos veces por semana, 12; una vez por semana, 3 y opción otras una mención.

Figura 36.

Tiempo de inversión en capacitación por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

A manera de diagnóstico, se puede establecer que, del total de las personas emprendedoras, un 45 % pueden dedicarle tiempo a la capacitación una vez por semana. Por

otro lado, un 41 %, dos veces por semana. Por último, solamente un 10 % podía tres veces por semana.

Así mismo se les consultó sobre cuántas horas por semana se puede invertir en la capacitación. En la Tabla 47 se muestran las cuatro opciones de respuesta que las personas participantes indicaron.

Tabla 47.

Horas por semana para la capacitación

Código	Horas por semana para capacitación
PE1	4 horas por semana
PE2	4 horas por semana
PE3	8 horas por semana
PE4	4 horas por semana
PE5	8 horas por semana
PE6	4 horas por semana
PE7	4 horas por semana
PE8	8 horas por semana
PE9	4 horas por semana
PE10	4 horas por semana
PE11	4 horas por semana
PE12	12 horas por semana
PE13	8 horas por semana
PE14	4 horas por semana
PE15	8 horas por semana
PE16	4 horas por semana
PE17	8 horas por semana
PE18	8 horas por semana
PE19	4 horas por semana
PE20	12 horas por semana
PE21	8 horas por semana
PE22	4 horas por semana
PE23	4 horas por semana
PE24	12 horas por semana
PE25	8 horas por semana
PE26	4 horas por semana
PE27	3 horas
PE28	12 horas por semana
PE29	8 horas por semana

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

La información demuestra que las personas participantes, tienen la disponibilidad de manera inicial de invertir tiempo en la adquisición de habilidades que les permitan fortalecer la actividad comercial que realizan. Esto se muestra en la Tabla 48.

Tabla 48.

Horas por semana para la capacitación por frecuencia de mención

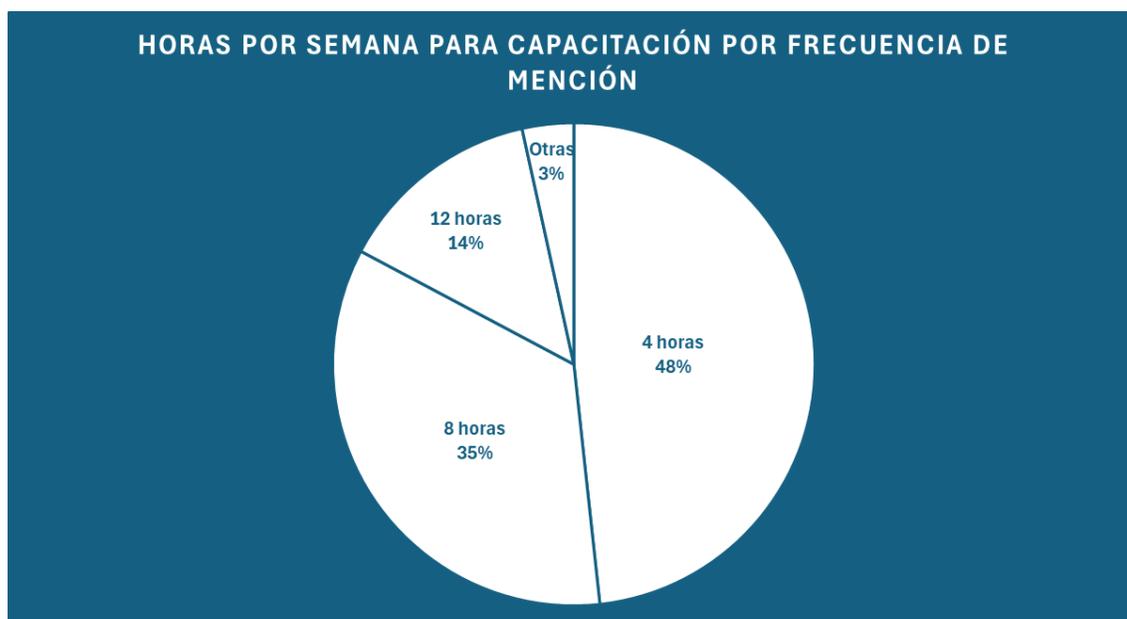
Códigos	Horas por semana para capacitación	Frecuencia
PE1- PE29	4 horas	14
	8 horas	10
	12 horas	4
	Otras	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Ante la pregunta formulada a las personas emprendedoras, 14 de ellas indicaron que por semana pueden dedicar cuatro horas. A su vez, otras 10 personas mencionaron que invertirían ocho horas. Finalmente, cuatro indicaron 12 horas. Esta información puede observarse en la Figura 37.

Figura 37.

Horas por semana para la capacitación por mención



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Por consiguiente, a la luz de la interpretación realizada, el 48 % puede invertir cuatro horas. Por otro lado, el 35 %, ocho horas y el 12 % podría invertir 12 horas por semana. Este aspecto es fundamental, pues a los emprendedores les permitiría desarrollar habilidades para evaluar situaciones, analizar datos y tomar decisiones estratégicas cuando se requiera.

Ahora bien, en la Tabla 49 se puede observar las respuestas sobre la modalidad de la capacitación. Estas modalidades de capacitación son afines a las necesidades de las personas emprendedoras.

Tabla 49.

Modalidad de la capacitación

Código	Modalidad de capacitación
PE1	Presencial
PE2	Virtual
PE3	Bimodal
PE4	Bimodal
PE5	Bimodal
PE6	Presencial
PE7	Presencial
PE8	Bimodal
PE9	Virtual
PE10	Bimodal
PE11	Virtual
PE12	Presencial
PE13	Virtual
PE14	Presencial
PE15	Bimodal
PE16	Virtual
PE17	Presencial
PE18	Presencial
PE19	Presencial
PE20	Virtual
PE21	Presencial
PE22	Virtual
PE23	Virtual
PE24	Presencial
PE25	Bimodal
PE26	Bimodal
PE27	Virtual
PE28	Presencial
PE29	Virtual

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Las personas consultadas, mapean sus respuestas de acuerdo con las opciones brindadas. Estas son presencial, virtual, bimodal y otras. Al agrupar sus respuestas se obtiene lo mostrado en la Tabla 50.

Tabla 50.

Modalidad de la capacitación por frecuencia de mención

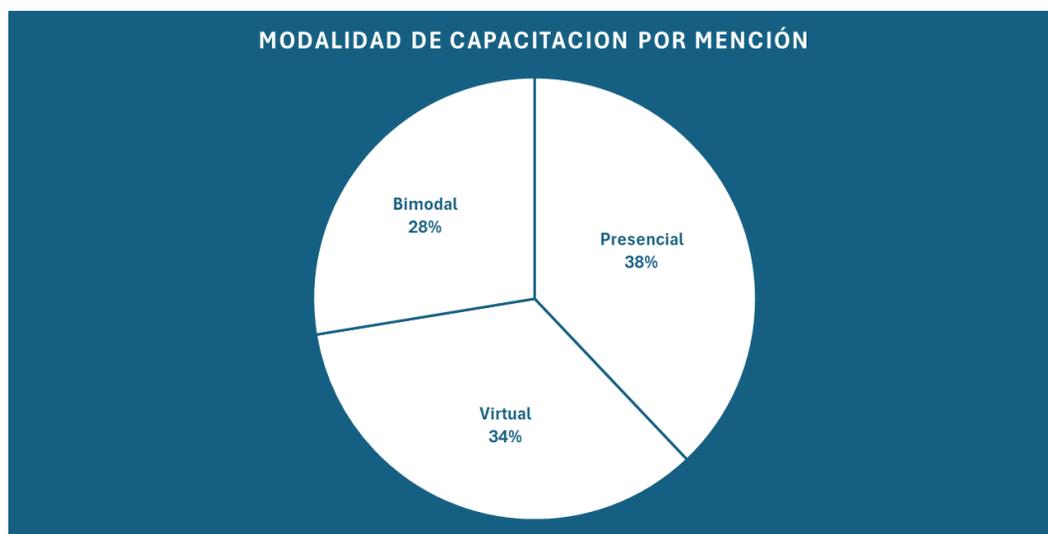
Códigos	Modalidad de Capacitación	Frecuencia
PE1- PE29	Presencial	11
	Virtual	10
	Bimodal	8

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al realizar la consulta sobre la modalidad de la capacitación, se busca comprender varios factores como el tipo de contenido a desarrollar, los recursos que se tienen que disponer y si es necesario un grupo de colaboradores por el tipo de modalidad presencial, virtual, bimodal. Los resultados indican que la modalidad con mayor frecuencia es la presencial, con 11 menciones. En segundo lugar, sobresale la virtual, con 10 menciones y, finalmente, bimodal con ocho menciones.

Figura 38.

Modalidad de la capacitación por mención



Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

El 38 % señala que las capacitaciones las prefieren presenciales. Este tipo de aprendizaje permite mantener la atención, la concentración y la interacción entre las personas participantes. Por otro lado, el 34 % indican que prefieren la virtualidad. Esto implica que

probablemente las personas no deben incurrir en gastos relacionados con el traslado. Además, se puede capacitar a un mayor número de personas de manera simultánea y el contenido que se desarrolla es accesible en cualquier lugar y momento. Finalmente, el 28 % indicaron la bimodalidad, lo que conlleva a combinar la formación virtual con lo presencial, para maximizar la interacción y el acceso a los contenidos.

Tabla 51.

Personas participantes

Código	Personas participantes
PE1	De 1 a 5 personas
PE2	De 1 a 5 personas
PE3	De 1 a 5 personas
PE4	De 1 a 5 personas
PE5	De 1 a 5 personas
PE6	De 1 a 5 personas
PE7	De 1 a 5 personas
PE8	De 1 a 5 personas
PE9	De 1 a 5 personas
PE10	De 1 a 5 personas
PE11	De 1 a 5 personas
PE12	De 1 a 5 personas
PE13	De 1 a 5 personas
PE14	De 1 a 5 personas
PE15	De 1 a 5 personas
PE16	Ninguna
PE17	De 1 a 5 personas
PE18	De 1 a 5 personas
PE19	De 1 a 5 personas
PE20	De 1 a 5 personas
PE21	De 1 a 5 personas
PE22	De 1 a 5 personas
PE23	De 1 a 5 personas
PE24	De 1 a 5 personas
PE25	De 1 a 5 personas
PE26	De 1 a 5 personas
PE27	De 1 a 5 personas
PE28	De 1 a 5 personas
PE29	De 1 a 5 personas

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

La consulta sobre cuántas personas por empresa o emprendimiento participarían permite brindar insumos sobre la metodología a implementar ya sea presencial, virtual o bimodal. A las personas se les brindó cuatro opciones, entre ellas 1 a 5 personas, 6 a 18 personas, 19 a 30 personas, 31 a 100 personas y otras. Las respuestas se dieron en dos opciones: 1 a 5 personas y otras.

Tabla 52.

Personas participantes por frecuencia de mención

Códigos	Personas participantes	Frecuencia
PE1- PE29	De 1 a 5 personas	28
	Otras	1

Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

De las 29 respuestas obtenidas, 28 de ellas indicaron de 1 a 5 personas y una respuesta refiere a otras (de manera más específica, a ninguna).

Figura 39.

Personas participantes por mención



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Como se muestra en la Figura 39, el 97 % de las personas participantes oscila entre 1 a 5 personas por empresa y/o emprendimiento. Si se toma en cuenta este dato sobre la cantidad de personas participantes, se permite establecer de manera preliminar que la mayoría caen en

la categoría de microempresas o *MiPymes*, ya que son unidades productivas de bienes o servicios con menos de cinco personas empleadas. Por otro lado, el 3 % indica que no enviaría a ninguna persona, pues no cuenta con personas empleadas.

4.4 Análisis de datos para objetivo: Elaborar

En esta sección se analizan los datos recopilados y relacionados con el objetivo *Elaborar un plan de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno*.

Un plan de capacitación, como señala Huere (2022), es un conjunto de acciones organizadas que comienza con la identificación de las necesidades de formación y culmina con la evaluación de sus resultados. Este proceso permite a las personas ganar habilidades para enfrentar diversas situaciones de manera eficaz (Sánchez, 2018). El propósito principal es proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y actitudes esenciales para un mejor desempeño laboral.

El Ministerio de Salud de la Nación de Argentina (2013) indica que esta propuesta pedagógica y didáctica es una organización estructurada orientada al aprendizaje y desarrollo del personal. Además, implica un proceso de toma de decisiones coherentes que abarca:

- las problemáticas o necesidades de aprendizaje a abordar,
- el enfoque educativo más adecuado,
- el perfil de los participantes y los contextos en los que se desarrollarán,
- la selección de contenidos y recursos de conocimiento relevantes,
- el nivel de control sobre el contenido y los márgenes de autonomía otorgados a los participantes en la construcción de sus aprendizajes,
- la organización de actividades de aprendizaje tanto individuales como grupales,

- el seguimiento y la evaluación del proceso y los resultados.

Si el programa incluye aprendizaje en línea, se requiere además la definición de:

- recursos de comunicación e información para apoyar el aprendizaje,
- soporte tecnológico para su implementación,
- colaboración efectiva entre especialistas en contenido, diseñadores instruccionales y técnicos en informática, así como una coordinación adecuada del programa y, en muchos casos, la participación de docentes tutores.

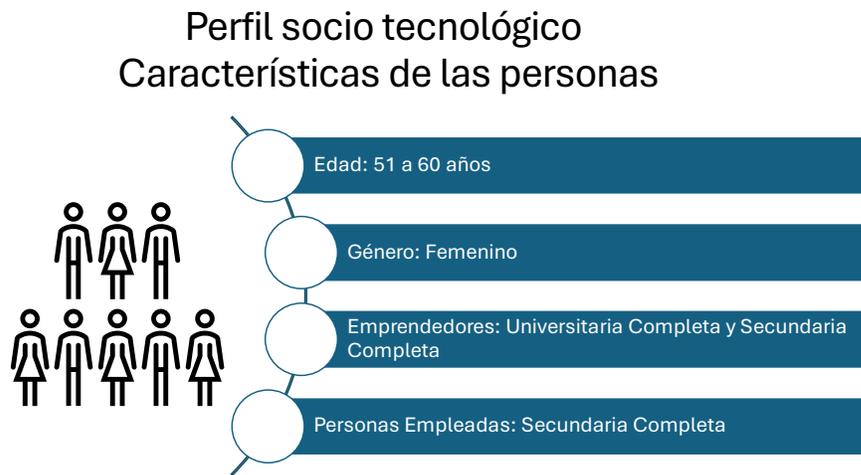
A su vez, la Caja Costarricense de Seguro Social (2020) indica que esencialmente un plan de capacitación debe contener al menos los siguientes apartados:

- aspectos introductorios,
- objetivos y metas del plan de capacitación,
- operacionalización del plan,
- logística de la capacitación,
- materiales para el desarrollo de la capacitación,
- métodos de evaluación de la capacitación,
- financiamiento de las actividades educativas y
- los aspectos finales.

Para elaborar un plan de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras se presenta el perfil de las personas participantes, el cual es necesario para que dicho programa esté sustentado en el análisis de una realidad específica y genere procesos de educación contextualizados y significantes. Las características de esas personas se muestran en la Figura 40.

Figura 40.

Perfil socio tecnológico, características de las personas



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Esta población presenta un nivel educativo diverso. Las personas emprendedoras cuentan con una educación universitaria completa y las personas empleadas tienen la secundaria completa. Por lo tanto, el plan de capacitaciones tiene que tomar como fundamento que las personas participantes cuentan con conocimientos generales que los preparen para la vida laboral. Tras esto, se puede afirmar que tienen competencias genéricas, lo que vuelve necesario proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y actitudes esenciales para un mejor desempeño laboral.

A manera de síntesis, la población meta de la capacitación responde a la Figura 41.

Figura 41.

Perfil sociotecnológico por uso de herramientas



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al analizar qué habilidades digitales son necesarias para el crecimiento de los emprendimientos en Oreamuno, se pueden incluir las redes sociales para desarrollar la promoción. Por tal motivo, es necesario mejorar el uso de herramientas de comunicación como *WhatsApp*, correo electrónico, entre otros. Además, es fundamental una capacitación sobre el uso de herramientas de productividad (ofimática) como las de *MS Office (Word, PowerPoint, Excel, Outlook)*, también herramientas de *Google* (documentos, presentaciones, hojas de cálculo, *Gmail, Meet*).

Adicionalmente, dentro de las capacitaciones se debe incluir el tema de herramientas para diseño gráfico básico para la creación de contenido como imágenes y audiovisual. Las plataformas recomendadas son *Canva, InkScape, VSDC* (edición de video).

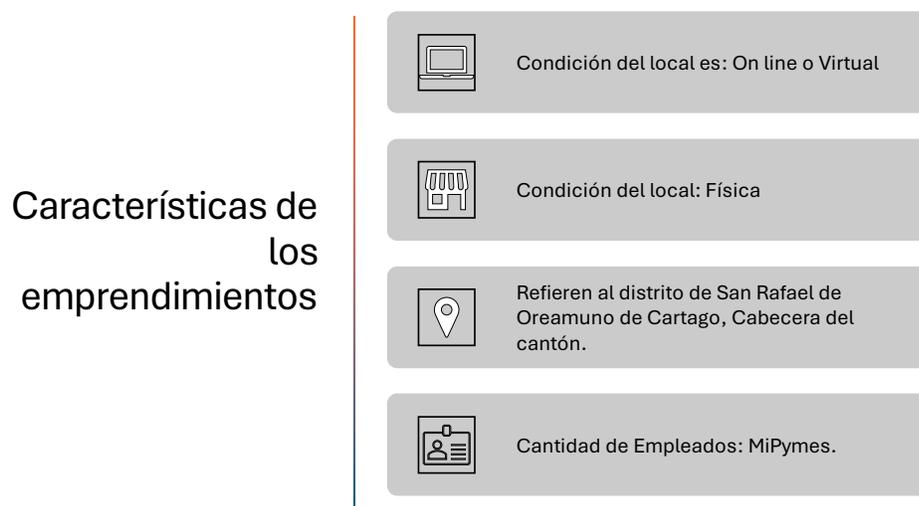
Es necesario incluir, como parte de las capacitaciones, mejorar el uso de redes sociales para promocionar los emprendimientos. Esto se afirma, pues estas tecnologías representan

parte de las herramientas más utilizadas por su capacidad para llegar a una audiencia amplia y diversa. Asimismo, permiten promocionar productos o servicios de bajos costos en publicidad.

A partir de la triangulación de los datos, se establece, de acuerdo con el diagnóstico de necesidades de capacitaciones realizado por este TFG, un programa que responda a las características de los emprendimientos. Estas se muestran en la Figura 42.

Figura 42.

Características de los emprendimientos

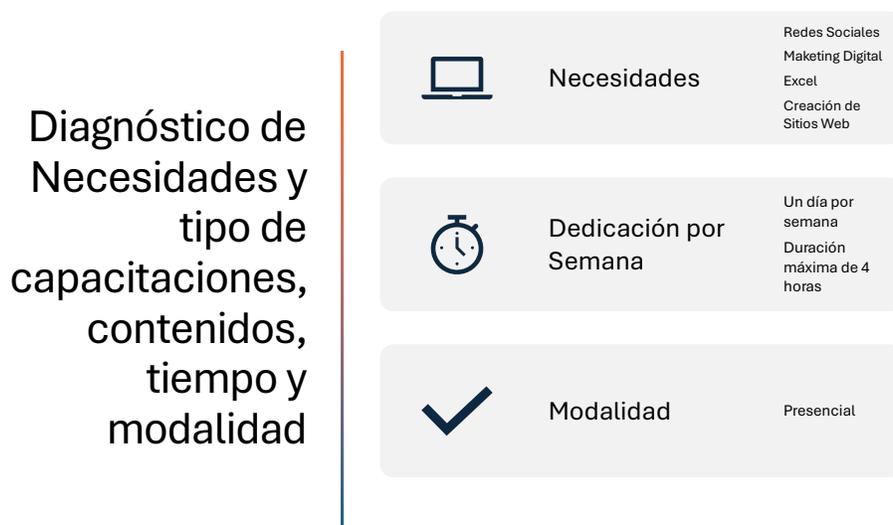


Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

Al plantear el programa de capacitaciones, desde la educación no formal, se debe responder a necesidades específicas de un sector de desarrollo económico, con características determinadas a nivel sociotecnológico. Esas particularidades se resumen en la Figura 43.

Figura 43.

Diagnóstico de necesidades y tipo de capacitaciones por tiempo y modalidad



Fuente: elaboración propia a partir de la aplicación de DHIB (2024).

A la luz de la interpretación y triangulación de los datos, se establecen los fundamentos de la capacitación en alfabetización digital para cubrir las necesidades de las personas emprendedoras. Este aspecto permite asegurar que se adapten a las realidades de tiempo de los potenciales participantes.

Al mismo tiempo, es recomendable generar evaluaciones que permitan el desarrollo de competencias, las cuales promuevan un aprendizaje significativo y culturalmente apropiado. Por medio de procesos de evaluación pertinentes para la población, con secundaria completa, se busca implementar actividades prácticas, sustentadas en los emprendimientos de cada una de las personas participantes, que les contribuyan tangiblemente en la actividad comercial que realizan. A manera de ejemplo, se persigue la creación de una campaña de promoción digital para sus negocios al usar los conocimientos adquiridos durante el programa de capacitaciones.

CAPÍTULO V:
PROPUESTA DE TRABAJO

En este capítulo se presenta la propuesta de capacitaciones para el objetivo general de diagnosticar las habilidades informáticas básicas, a través de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno, para establecer un programa de capacitaciones desde los fundamentos de la educación técnica no formal, durante los meses septiembre a diciembre de 2024.

A partir de los resultados del análisis detallado en el capítulo anterior, se evidencia una necesidad clara de fortalecer las habilidades digitales de los emprendedores. Por lo tanto, el siguiente programa de capacitación busca cubrir las principales brechas identificadas al enfocarse en el dominio de herramientas digitales para la creación y difusión de material publicitario.

Aspectos administrativos

Nombre del taller: Herramientas digitales para emprendedores y negocios

Tipo Taller:	Teórico – práctico
Dirigido a:	Emprendedores y representantes de negocios de Oreamuno
Duración:	42 horas, 3.5 horas por sesión. 12 semanas,
Modalidad:	Talleres virtuales, presencial o bimodal, para flexibilidad y adaptación (a definir con participantes).
Metodología:	Exposiciones teóricas. Ejercicios prácticos. Casos de estudio. Trabajo en equipo.
Evaluación:	Participación en clase, grupal. Desarrollo de proyectos individuales. Evaluación final.
Lugar	Comunidades de distritos de Oreamuno.

Introducción

En el contexto de la educación técnica no formal, es crucial diseñar capacitaciones que no solo transmitan conocimientos, sino que también desarrollen habilidades prácticas que los participantes puedan aplicar de inmediato en sus entornos laborales y personales. Este enfoque, centrado en competencias específicas, permite a los emprendedores adquirir herramientas que aborden sus necesidades reales, como el uso eficaz de plataformas digitales, estrategias de mercadeo y técnicas de gestión de recursos, entre otras.

Según Juanto et al (año), una competencia se define como un “proceso complejo de desempeño con idoneidad en un determinado contexto y con responsabilidad” (como se cita en Tobón, 2005, p.5). Esta definición destaca la importancia de adaptar el conocimiento técnico a situaciones específicas, para promover un desempeño efectivo en función de las demandas del entorno. Para los emprendedores, esto implica la capacidad de ejecutar tareas con precisión y relevancia en sus actividades diarias.

Por otra parte, Camacho (2020) señala que las competencias están influidas por factores sociales, culturales y lingüísticos, lo que les da un contexto específico. Las competencias integran el “saber,” el “saber hacer,” el “saber ser” y el “saber estar” (Delors, 1996), y combinan conocimientos, métodos, actitudes y valores. Así, en este taller, se busca no solo enseñar el “qué” y el “cómo,” sino también el “para qué” de cada herramienta, lo que permite que los emprendedores adopten una visión integral para la gestión de sus negocios.

La flexibilidad y adaptabilidad en la práctica educativa son esenciales en la educación técnica no formal, que debe ajustarse a las circunstancias de los participantes mediante horarios flexibles y modalidades de enseñanza versátiles, ya sea presencial, virtual o mixta. Como lo plantea Campuzano et al. (2022), los enfoques educativos deben ser flexibles y abiertos, para permitir la integración de distintas ciencias y experiencias pedagógicas para dar respuesta a las necesidades educativas en evolución (p. 1349).

Este taller, diseñado bajo un enfoque de competencias (Benítez, 2022), promueve el desarrollo de habilidades y conocimientos prácticos que los emprendedores podrán utilizar para resolver problemas cotidianos y mejorar la competitividad de sus negocios. A través de métodos de evaluación basados en la retroalimentación y el progreso práctico, y no en exámenes tradicionales. El taller proporciona una formación continua y adaptativa, orientada al crecimiento efectivo y a las demandas del mercado actual.

Descripción general del taller

Este taller está diseñado para emprendedores y personas de negocios que desean potenciar sus habilidades digitales y conocer herramientas clave para gestionar y promocionar sus actividades comerciales. Su fin es permitir a los participantes comprender conceptos clave y aplicar de manera práctica las herramientas aprendidas en sus emprendimientos.

Objetivo del taller

El objetivo es familiarizar a los participantes con el uso de herramientas digitales que optimicen la planificación, la comunicación y la promoción de sus negocios, para aumentar su competitividad en el mercado actual. Al final del taller, los participantes estarán capacitados para implementar estas herramientas de manera efectiva, lo que permitirá contribuir así al crecimiento y sostenibilidad de sus proyectos empresariales.

Etapas de apertura

Se comienza con una actividad introductoria para evaluar las experiencias y conocimientos previos de los participantes en el uso de herramientas digitales. Esta dinámica inicial ayudará a establecer un punto de partida y a adaptar los contenidos según las necesidades del grupo.

Etapas conceptual y procedimental

En esta sección central, se presentarán las herramientas digitales esenciales para emprendedores, lo que incluye aplicaciones operativas para el negocio, comunicación y *marketing* digital. Los participantes aprenderán el uso de estas herramientas a través de actividades prácticas, que les permitirán desarrollar habilidades que puedan aplicar directamente en la gestión de sus negocios.

Cierre y reflexión

Se finalizará el taller con una reflexión grupal donde los participantes compartirán sus experiencias y aprendizajes. Esta etapa servirá para consolidar el conocimiento adquirido y motivar a los emprendedores a implementar estas herramientas en sus proyectos de manera continua.

Justificación

La creciente digitalización del mercado y la competencia en el ámbito del emprendimiento demandan que las personas desarrollen no solo conocimientos técnicos, sino también habilidades prácticas y competencias adaptativas que les permitan enfrentar los desafíos actuales. En este contexto, un programa de capacitación en herramientas digitales y técnicas de gestión resulta crucial para que los emprendedores puedan optimizar sus procesos, aumentar la competitividad de sus negocios y responder a las demandas de un entorno cada vez más tecnológico y globalizado.

El enfoque por competencias no solo persigue la adquisición de habilidades técnicas, sino también la capacidad de los participantes para adaptarse y aplicar estos conocimientos en situaciones específicas. Para los emprendedores, estas habilidades son fundamentales, ya que les permite integrar eficazmente el uso de herramientas digitales en la administración y operación de sus negocios, para optimizar sus recursos y tiempo.

Este enfoque integral permite que el programa de capacitación trascienda el simple aprendizaje técnico para promover también el desarrollo de actitudes y valores necesarios en la gestión de negocios sostenibles y éticos. Por otra parte, la educación técnica no formal exige flexibilidad y adaptabilidad, lo que permite atender las necesidades y circunstancias diversas de los participantes.

Este programa de capacitación ofrece opciones de aprendizaje flexibles (presencial, virtual o mixto). Además, presenta un sistema de evaluación basado en retroalimentación continua, lo que facilita una experiencia educativa personalizada y efectiva.

Así, este programa responde a la necesidad de dotar a los emprendedores de las herramientas y competencias digitales necesarias para mejorar su competitividad en el mercado. A través de módulos específicos, los participantes podrán fortalecer sus habilidades en el uso de redes sociales, herramientas de ofimática, plataformas de creación de sitios web, y estrategias de mercadeo digital, todos elementos esenciales para el desarrollo y sostenibilidad de sus negocios en un entorno digitalizado y altamente competitivo.

Objetivo general

Desarrollar un programa de capacitación en habilidades digitales para mejorar la gestión y promoción de emprendimientos o negocios en Oreamuno, Cartago, aumentando su competitividad y visibilidad en el mercado.

Objetivos específicos

1. Capacitar a los participantes en el uso de herramientas digitales de comunicación y colaboración.
2. Proporcionar conocimientos básicos de diseño gráfico para la creación de material publicitario visual.

3. Enseñar estrategias de *marketing* digital y uso de redes sociales.
4. Mejorar las habilidades de gestión mediante el uso de herramientas como *Excel*.

Perfil de los participantes

- Personas emprendedoras preferiblemente relacionadas a actividades turísticas, con uso limitado de tecnología digital para sus negocios.
- Emprendedores en áreas como artesanías, gastronomía, bienestar, agricultura, y comercio de productos locales.

Áreas del conocimiento

Conceptual	Procedimental	Actitudinal
<p>Proporcionar una base teórica sobre la importancia de las herramientas digitales en los negocios, la relevancia del <i>marketing</i> digital, la organización de datos, y la gestión de proyectos.</p> <p>Comprender por qué y cómo estas herramientas impactan en el emprendimiento.</p> <p>Realizar una evaluación inicial en el primer módulo para identificar el nivel de conocimiento y adaptar las sesiones a las necesidades de los emprendedores.</p>	<p>A través de actividades prácticas y simulaciones, enseñar cómo usar cada herramienta digital en contextos empresariales, en la ejecución de tareas específicas que sean útiles en la gestión de sus negocios.</p> <p>Incluir ejercicios en creación de material audiovisual, redes sociales, manejo de <i>Word</i>, <i>PowerPoint</i>, <i>Excel</i>, <i>Outlook</i>, desarrollo y gestión de sitios web. Estos ejercicios permiten aplicar los conocimientos en situaciones reales.</p> <p>En cada módulo, proponer actividades prácticas (como el diseño de una estrategia de mercadeo digital o la creación de un sitio web básico) que los participantes desarrollarán con supervisión, para promover así el uso de las habilidades adquiridas.</p>	<p>Reforzar valores como la adaptabilidad, la creatividad, y el enfoque en el cliente, necesarios para los emprendedores.</p> <p>Motivar a los participantes a desarrollar una actitud proactiva y ética en la gestión de sus negocios, al adaptar las herramientas digitales a sus necesidades y promover un aprendizaje constante.</p> <p>Reflexionar en el cierre de cada módulo sobre cómo los conocimientos adquiridos impactan en su crecimiento personal y profesional, incentivar la autocrítica, la mejora continua y la adaptación a nuevas herramientas y tendencias.</p>
Objetivo dentro de los saberes		
<p>Dotar de conocimientos fundamentales a los emprendedores en áreas específicas de gestión y herramientas digitales.</p>	<p>Capacitar en el uso de herramientas y en la ejecución de tareas específicas que sean útiles en la gestión de sus negocios.</p>	<p>Fomentar una actitud de adaptabilidad, ética profesional y orientación a la innovación.</p>

Contenido del programa

1. Introducción a herramientas digitales básicas

- **Duración:** 1 semanas
- **Objetivo:** Familiarizar a los participantes con las herramientas de uso diario como *WhatsApp* y *Google Chrome*, para la comunicación efectiva y la búsqueda de información.
- **Temas:**
 - Creación y gestión de cuentas de correo electrónico.
 - Uso de aplicaciones de mensajería instantánea (*WhatsApp*) para la comunicación con clientes.
 - Navegación en Internet y búsqueda de información relevante en *Google*.

2. Ofimática básica para la gestión de negocios módulo 1 (*MS Office*)

- **Objetivo:** Proporcionar conocimientos básicos en *Word*, *PowerPoint*, *Excel* y *Outlook* para la organización y gestión de inventarios y finanzas.
- **Temas:**

Word

Herramienta	Actividad	Duración
Word	<p align="center">Nivel básico</p> <p>Conociendo Word, sus herramientas básicas. Creación y edición de texto: Redactar y modificar documentos de texto, como informes, cartas, ensayos, y artículos. Formatear texto con opciones de tipo de fuente, tamaño, color, estilos (negrita, cursiva, subrayado), y alineación. Formateo de documentos: Aplicar estilos de encabezado y subtítulo para una estructura clara y profesional. Configurar el diseño de la página, incluyendo márgenes, orientación, y tamaño de papel. Insertar saltos de página y secciones para organizar el contenido. Uso de plantillas: Utilizar plantillas prediseñadas para documentos como currículums, cartas de presentación, boletines, y folletos.</p>	3 horas
	<p align="center">Nivel medio</p> <p>Inserción de imágenes, gráficos, y formas: Insertar imágenes, formas, y gráficos para mejorar la presentación visual del documento. Editar las imágenes con herramientas de recorte, corrección de color, y ajuste de brillo o contraste.</p>	3 horas

	<p>Tablas y listas: Crear y personalizar tablas para organizar datos en filas y columnas. Generar listas con viñetas o numeración para destacar información clave.</p> <p>Revisión de documentos: Usar el corrector ortográfico y gramatical para revisar el texto. Colaborar en documentos con la función de comentarios y control de cambios, para ediciones colaborativas. Crear índices, tablas de contenido, y notas al pie para documentos extensos y formales.</p> <p>Combinar correspondencia: Usar la función de combinar correspondencia para personalizar cartas, etiquetas, y sobres, útil para envíos masivos.</p>	
	<p style="text-align: center;">Nivel Avanzado</p> <p>Integración con otras aplicaciones: Insertar gráficos de <i>Excel</i>, presentaciones de <i>PowerPoint</i>. Guardar documentos en diferentes formatos, como PDF o texto plano, para mayor compatibilidad.</p>	2 horas
	Total	8 horas

PowerPoint

Herramienta	Actividad	Duración
PowerPoint	<p style="text-align: center;">Nivel básico</p> <p>Conociendo PowerPoint, sus herramientas básicas. Crear presentaciones profesionales: Diapositivas personalizables: crear diapositivas desde cero o utilizando plantillas. Diseño visual atractivo: insertar y dar formato a imágenes, gráficos, videos y audios para hacer la presentación más dinámica. Formato y estilo: aplicar temas, colores y fuentes para que la presentación tenga una apariencia uniforme y profesional.</p>	3 horas
	<p style="text-align: center;">Nivel medio</p> <p>Incorporar contenido multimedia Imágenes y videos: Insertar archivos multimedia y personalizarlos dentro de la diapositiva. Animaciones: añadir efectos de animación a objetos como texto, imágenes o gráficos para destacar información o crear presentaciones más dinámicas. Transiciones: utilizar efectos de transición entre diapositivas para darle fluidez a la presentación.</p> <p>Agregar gráficos y visualizaciones de datos Gráficos: crear gráficos de barras, líneas, pastel, entre otros, para visualizar datos de manera clara. Diagramas y <i>SmartArt</i>: usar diagramas de flujo, organigramas y otros tipos de visualización para organizar y mostrar información de forma estructurada. Tablas: insertar tablas para mostrar datos de manera organizada.</p> <p>Efectos interactivos Hipervínculos y botones de acción: crear enlaces dentro de la presentación o hacia sitios web externos, o entre diapositivas, para que la presentación sea interactiva. Navegación personalizada: configurar la presentación para que el usuario pueda navegar a diferentes secciones dependiendo de sus necesidades.</p>	3 horas

	<p style="text-align: center;">Nivel avanzado</p> <p>Grabación y presentación de diapositivas Grabar la presentación: grabar narraciones de audio y video mientras avanzas por las diapositivas, ideal para presentaciones autónomas. Modo de presentador: visualizar notas y el tiempo en la pantalla del presentador sin que el público lo vea. Ensayar tiempos: configurar el tiempo de cada diapositiva para presentaciones cronometradas.</p> <p>Colaboración y edición en equipo Trabajo colaborativo en tiempo real: si está almacenado en la nube (<i>OneDrive</i>), múltiples personas pueden trabajar en la misma presentación simultáneamente. Comentarios y revisiones: insertar comentarios y recibir retroalimentación de colaboradores, ideal para proyectos en equipo.</p> <p>Creación de material didáctico y publicitario Infografías: crear infografías visuales y atractivas para compartir datos complejos. Folletos y volantes: diseñar materiales impresos y guardarlos en formato PDF para compartir o imprimir. Material educativo: generar contenido para capacitaciones o clases, para aprovechar las herramientas multimedia y visuales.</p> <p>Exportación a diferentes formatos Guardar como PDF: exportar la presentación como archivo PDF, ideal para compartir o imprimir. Guardar como video: exportar la presentación como archivo de video, con las animaciones y narración incluidas. Exportación en formatos de imagen: guardar cada diapositiva como una imagen (JPEG, PNG) para usarlas en otros contextos.</p> <p>Aplicaciones creativas Storyboards o guiones gráficos: ideal para planificar proyectos audiovisuales. Álbumes de fotos: crear presentaciones estilo álbum de fotos para eventos familiares o empresariales. Prototipos de interfaz: simular pantallas de aplicaciones o sitios web para presentación de ideas o proyectos.</p> <p>Realizar presentaciones remotas Presentación online: compartir la presentación en tiempo real con participantes a distancia, ideal para capacitaciones o reuniones. Integración con otras aplicaciones de <i>Microsoft</i>: Usar <i>PowerPoint</i> junto con <i>Teams</i> o <i>Google Meet</i> para presentaciones virtuales en videollamadas.</p>	2 horas
	Total	8 horas

Excel

Herramienta	Actividad	Duración
Excel	<p style="text-align: center;">Nivel básico</p> <p>Conociendo Excel, sus herramientas básicas. Cálculos y análisis de datos Fórmulas y funciones: realizar cálculos precisos y complejos con funciones matemáticas, estadísticas, financieras, lógicas y textuales, como SUMA, PROMEDIO, IF, BUSCARV, entre otras. Cálculos financieros: realizar cálculos financieros como tasas de interés, amortizaciones, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y otros análisis financieros.</p>	3 horas
	<p style="text-align: center;">Nivel medio</p> <p>Visualización de datos Gráficos: crear gráficos de barras, líneas, pastel, dispersión, etc., para representar visualmente datos y tendencias. Formateo condicional: resaltar ciertos datos en función de criterios específicos, como coloración de celdas para datos altos o bajos, o íconos que muestren el crecimiento o disminución de cifras. Filtrado y ordenamiento: organizar datos en función de categorías, rangos numéricos, fechas o valores personalizados. Planificación y gestión de proyectos</p>	3 horas

	<p>Cronogramas y calendarios: crear cronogramas y calendarios personalizados para la planificación de tareas, proyectos o eventos.</p> <p>Gestión de inventarios y recursos: realizar un seguimiento de inventarios y recursos, calcular tiempos de producción, y gestionar insumos en tiempo real.</p> <p>Presupuestos y costeo: desarrollar hojas para la planificación de presupuestos y el control de gastos, e incluso realizar cálculos de costo-beneficio.</p> <p>Análisis financiero y presupuestario</p> <p>Simulación de escenarios: resultados bajo diferentes condiciones, ayudando en la toma de decisiones empresariales.</p> <p>Análisis de rentabilidad con Excel: comparación de costos y beneficios para determinar la rentabilidad de proyectos o inversiones.</p> <p>Colaboración y compartición de datos</p> <p>Uso de Excel en la nube: colaborar en tiempo real con otros usuarios, compartir documentos y realizar ediciones simultáneas.</p> <p>Importación y exportación de datos: importar datos de diferentes fuentes (bases de datos, archivos de texto, sistemas ERP) y exportarlos en formatos como PDF, CSV, o XML.</p>	
	<p style="text-align: center;">Nivel avanzado</p> <p>Grabación y presentación de diapositivas</p> <p>Grabar la presentación: grabar narraciones de audio y video mientras avanza por las diapositivas, ideal para presentaciones autónomas.</p> <p>Modo de presentador: visualizar notas y el tiempo en la pantalla del presentador sin que el público lo vea.</p> <p>Ensayar tiempos: configurar el tiempo de cada diapositiva para presentaciones cronometradas.</p> <p>Colaboración y edición en equipo</p> <p>Trabajo colaborativo en tiempo real: si está almacenado en la nube (<i>OneDrive</i>), múltiples personas pueden trabajar en la misma presentación simultáneamente.</p> <p>Comentarios y revisiones: Insertar comentarios y recibir retroalimentación de colaboradores, ideal para proyectos en equipo.</p> <p>Creación de material didáctico y publicitario</p> <p>Infografías: crear infografías visuales y atractivas para compartir datos complejos.</p> <p>Folletos y volantes: diseñar materiales impresos y guardarlos en formato PDF para compartir o imprimir.</p> <p>Material educativo: generar contenido para capacitaciones o clases, para aprovechar las herramientas multimedia y visuales.</p> <p>Exportación a diferentes formatos</p> <p>Guardar como PDF: exportar la presentación como archivo PDF, ideal para compartir o imprimir.</p> <p>Guardar como video: exportar la presentación como archivo de video, con las animaciones y narración incluidas.</p> <p>Exportación en formatos de imagen: guardar cada diapositiva como una imagen (JPEG, PNG) para usarlas en otros contextos.</p> <p>Aplicaciones creativas</p> <p>Storyboards o guiones gráficos: ideal para planificar proyectos audiovisuales.</p> <p>Álbumes de fotos: crear presentaciones estilo álbum de fotos para eventos familiares o empresariales.</p> <p>Prototipos de interfaz: simular pantallas de aplicaciones o sitios web para presentación de ideas o proyectos.</p> <p>Realizar presentaciones remotas</p> <p>Presentación online: compartir la presentación en tiempo real con participantes a distancia, ideal para capacitaciones o reuniones.</p> <p>Integración con otras aplicaciones de Microsoft: Usar <i>PowerPoint</i> junto con <i>Teams</i> o <i>Google Meet</i> para presentaciones virtuales en videollamadas.</p>	2 horas
	Total	8 horas

Outlook

Herramienta	Actividad	Duración
Outlook	<p>Nivel básico</p> <p>Conociendo Outlook, sus herramientas básicas.</p> <p>Gestión de correos electrónicos: enviar, recibir y organizar correos electrónicos de manera eficiente.</p> <p>Calendario y programación de reuniones: programar reuniones y eventos, enviar invitaciones a otros usuarios. Configurar recordatorios, crear citas recurrentes y ver la disponibilidad de colegas en empresas que utilicen Outlook de manera integrada.</p> <p>Contactos y libretas de direcciones: crear y gestionar una libreta de contactos, para almacenar detalles importantes de clientes, colegas y otros contactos. Esta función es útil para tener la información de contacto organizada y accesible.</p> <p>Tareas y lista de pendientes: crear listas de tareas o "to-do lists" dentro de Outlook. Estas listas te ayudan a organizar y priorizar tareas, establecer fechas de vencimiento, agregar detalles y marcar tareas como completadas.</p> <p>Notas: escribir notas rápidas, que puedes utilizar como recordatorios, para guardar información breve que necesites tener a mano.</p>	3 horas
	<p>Nivel medio</p> <p>Integración con aplicaciones de Microsoft: integrar con otras aplicaciones de Microsoft 365, como Teams, OneDrive, para facilitar la colaboración y el intercambio de archivos.</p> <p>Organización de carpetas y etiquetas: organizar correos electrónicos en carpetas y categorizar mensajes mediante etiquetas o colores, para facilitar la búsqueda y recuperación de información importante.</p> <p>Herramientas de búsqueda: localizar correos, eventos y contactos específicos en pocos segundos, de una gran cantidad de correos almacenados.</p>	3 horas
	Total	6 horas

3. Ofimática básica para la gestión de negocios módulo 2 (Google)

- **Duración:** 2 semanas
- **Objetivo:** Proporcionar conocimientos básicos en herramientas de *Google*: documentos, presentaciones, hojas de cálculo, *Gmail*, *Meet* para la organización y gestión del emprendimiento.
- **Temas:**

Herramienta	Actividad	Duración
Google: Documentos	<p align="center">Nivel básico</p> <p>Conociendo documentos, sus herramientas básicas.</p> <p>Edición y creación de documentos: redactar, editar y dar formato a documentos de texto de manera similar a como se haría en Word. Incluye herramientas de formato, estilo, y organización.</p> <p>Colaboración en tiempo real: trabajar en el mismo documento simultáneamente. Todos los cambios se ven en tiempo real, lo que facilita el trabajo en equipo.</p> <p>Acceso desde diferentes dispositivos: acceder a los documentos desde cualquier dispositivo (computadora, tableta, o smartphone) y continuar trabajando.</p>	1.5 horas
	<p align="center">Nivel medio</p> <p>Comentarios y sugerencias: dejar comentarios en el documento o realizar sugerencias de edición sin modificar el texto original, lo cual es útil para revisiones y realimentación.</p> <p>Historial de versiones: revisar versiones anteriores y restaurarlas si es necesario.</p> <p>Integración con otras herramientas de Google Drive: almacenar documentos y compartirlos, integrar con otras herramientas como <i>Google Sheets</i> y <i>Google Slides</i>.</p> <p>Trabajo sin conexión: habilitar el modo sin conexión para trabajar sin Internet; los cambios se guardarán y sincronizarán al estar en línea.</p>	1.5 horas
	Total	3 horas

Presentaciones

Herramienta	Actividad	Duración
Google: Presentaciones	<p align="center">Nivel básico</p> <p>Conociendo presentaciones, sus herramientas básicas.</p> <p>Creación y edición de diapositivas: añadir, mover y personalizar diapositivas con diferentes diseños, imágenes, gráficos y videos.</p> <p>Colaboración en tiempo real: trabajar en la misma presentación al mismo tiempo. Para equipos o grupos de trabajo.</p> <p>Acceso en la nube: acceder a ellas desde cualquier dispositivo con conexión a Internet sin necesidad de guardarlas localmente.</p>	1.5 horas

	Nivel medio	1.5 horas
	<p>Compatibilidad con PowerPoint: importar y exportar archivos en formato .pptx de <i>PowerPoint</i>.</p> <p>Comentarios y sugerencias: dejar comentarios y sugerencias en las diapositivas, para la revisión y mejora de la presentación.</p> <p>Plantillas y diseño: incluir plantillas y opciones de formato para personalizar el aspecto de las presentaciones, para ahorrar tiempo y mejorar el aspecto visual.</p> <p>Propuestas y planes: estructurar y comunicar ideas de proyectos, propuestas de negocio o planes estratégicos de manera clara y atractiva.</p>	
	Total	3 horas

Hojas de cálculo

Herramienta	Actividad	Duración
Google: Hojas de cálculo	Nivel básico	1.5 horas
	<p>Conociendo hojas de cálculo, sus herramientas básicas.</p> <p>Organización y análisis de datos: estructurar y organizar datos en filas y columnas, lo que facilita la creación de tablas, listas, presupuestos, inventarios y reportes financieros.</p> <p>Fórmulas y funciones: realizar cálculos automáticos y análisis complejos, como sumas, promedios, búsquedas, filtros y cálculos financieros.</p> <p>Colaboración en tiempo real: trabajar simultáneamente en el mismo documento desde distintos lugares, dejar comentarios y sugerencias, lo cual facilita el trabajo en equipo.</p>	
	Nivel medio	1.5 horas
	<p>Gráficos y visualización de datos: crear gráficos (barras, líneas, sectores, etc.) para visualizar mejor los datos y hacer presentaciones más efectivas.</p> <p>Integración con otras herramientas de Google: Integrar con otras aplicaciones de <i>Google</i>, como <i>Google Forms</i> (para recopilar respuestas y analizar datos).</p>	
	Total	3 horas

Gmail

Herramienta	Actividad	Duración
Google: Hojas de cálculo	Nivel básico	1.5 horas
	<p>Conociendo Gmail, sus herramientas básicas.</p> <p>Enviar y recibir correos electrónicos: enviar mensajes y archivos adjuntos, como documentos, fotos y otros archivos multimedia, a cualquier persona con una dirección de correo electrónico.</p> <p>Organización de correos: clasificación de correos, además de opciones de archivo, eliminación y búsqueda rápida de mensajes específicos.</p> <p>Integración con otras herramientas de Google: Integrar otros servicios de <i>Google</i>, como <i>Google Calendar</i>, <i>Google Drive</i> y <i>Google Meet</i>, para la organización de reuniones, el almacenamiento de archivos y la colaboración en documentos.</p>	

	<p style="text-align: center;">Nivel medio</p> <p>Filtros de spam: filtrar automáticamente los correos no deseados o potencialmente peligrosos, para reducir el volumen de <i>spam</i> y proteger al usuario de amenazas de seguridad.</p> <p>Uso en marketing y atención al cliente: envío de promociones y la gestión de contactos de negocio.</p>	1.5 horas
	Total	3 horas

Meet

Herramienta	Actividad	Duración
<i>Google: Meet</i>	Nivel básico Conociendo Meet, sus herramientas básicas. Reuniones virtuales: realizar reuniones con múltiples participantes, ideal para equipos de trabajo, clases en línea o reuniones familiares. Pantalla compartida: compartir la pantalla para mostrar presentaciones, documentos o cualquier contenido visual que deseen que los demás vean. Grabación de reuniones: (<i>Google Workspace</i>) grabar las reuniones para revisarlas después o compartirlas con personas que no pudieron asistir. Acceso desde cualquier dispositivo: utilizar en computadoras, teléfonos y tabletas, y solo requiere una cuenta de <i>Google</i> para acceder.	1.5 horas
	Nivel Medio Integración con Google Calendar: programar reuniones directamente desde <i>Google Calendar</i> , para facilitar la planificación y el envío de invitaciones. Subtítulos en tiempo real: ver subtítulos automáticos, lo cual es útil para personas con problemas auditivos o en entornos ruidosos.	1.5 horas
	Total	3 horas

4. Diseño Gráfico. Módulo 4

Herramienta	Actividad	Duración
Diseño gráfico	Semana 1: Introducción y fundamentos de diseño gráfico Introducción al diseño gráfico Definición e importancia del diseño gráfico en la comunicación visual. Áreas de aplicación: publicidad, <i>branding</i> , redes sociales y marca personal. Rol del diseño gráfico en <i>marketing</i> y comunicación. Principios básicos de diseño Principios de composición: alineación, balance, jerarquía, proximidad, repetición. Ejemplos prácticos de cómo estos principios impactan el diseño. Análisis de diseños simples y su composición para entender mejor estos principios. Ejercicio práctico: análisis y bocetos de ideas Ejercicio de análisis: elegir un diseño de muestra y discutir sus elementos. Crear bocetos sencillos para aplicar principios básicos de composición.	3 horas
	Semana 2: Teoría del color y tipografía Teoría del Color Psicología del color: impacto y significado de los colores. Combinación de colores: conceptos de paletas, colores complementarios, análogos y triádicos. Herramientas para elegir y crear paletas (ej. <i>Adobe Color</i> , <i>Coolors</i>). Tipografía. Importancia de la tipografía en el diseño: legibilidad y personalidad. Tipos de fuentes: serif, sans serif, display y script. Cómo elegir y combinar fuentes en un diseño. Ejercicio práctico: crear paletas de color y combinar tipografías. Crear una paleta de colores y probar combinaciones para diferentes efectos. Seleccionar y combinar tipografías para un diseño sencillo, como un encabezado y cuerpo de texto.	3 horas
	Semana 3: Herramientas digitales de diseño Introducción a herramientas gratuitas de diseño Introducción a <i>Canva</i> : creación de cuenta, exploración de plantillas. Alternativas a <i>Photoshop</i> : <i>Photopea</i> y GIMP (conceptos básicos de cada herramienta). Familiarización con herramientas de diseño online, pros y contras de cada una. Herramientas básicas en <i>Canva</i> Cómo usar plantillas de <i>Canva</i> para crear diseños personalizados.	3 horas

	<p>Agregar y editar textos, imágenes y colores en una plantilla. Guardado y exportación de archivos. Ejercicio práctico: crear un <i>post</i> para redes sociales Diseñar un <i>post</i> básico para redes sociales utilizando <i>Canva</i>, aplicando teoría de color y tipografía. Compartir y discutir diseños en grupo para retroalimentación.</p>	
	<p>Semana 4: Creación de materiales y evaluación Diseño de material promocional básico Creación de <i>flyers</i>, tarjetas de presentación y otros materiales gráficos. Buenas prácticas en diseño de material impreso y digital (dimensiones, resolución, etc.). Creación de publicaciones para redes sociales. Diseñar <i>posts</i> y <i>banners</i> adaptados a los diferentes formatos de redes sociales. Prácticas para mantener una estética y consistencia de marca en redes. Presentación de proyectos y retroalimentación. Presentación de proyectos finales (<i>flyers</i>, tarjetas de presentación, <i>posts</i>). Retroalimentación grupal y recomendaciones para mejoras. Evaluación del curso y reflexión sobre lo aprendido.</p>	3 horas
	Total	12 horas

5. Inkscape

Herramienta	Actividad	Duración
<i>InkScape</i>	<p>Nivel básico Conociendo <i>Inkscape</i>, sus herramientas básicas. Crear gráficos vectoriales escalables: crear gráficos vectoriales que pueden ser escalados a cualquier tamaño sin pérdida de calidad. Esto es ideal para imágenes del negocio (logotipos, isotipos, imagotipos, isologos), iconos, y gráficos que necesiten ser reproducidos en distintos tamaños. Diseño de logotipos y marcas: diseñar logotipos y otros elementos de marca que pueden exportarse para uso en medios impresos o digitales. Ilustración digital: crear ilustraciones detalladas. Se pueden dibujar y editar formas, trazos y líneas, agregar efectos de transparencia, degradados y patrones. Edición de archivos SVG: trabajar con el formato SVG, ampliamente utilizado en diseño web. Puedes editar archivos SVG existentes o crear gráficos personalizados desde cero. Diagramas y mapas: hacer diagramas, organigramas, mapas y otras representaciones visuales con precisión.</p>	3 horas
	<p>Nivel medio Trazado de imágenes rasterizadas: convertir imágenes de mapa de bits (como JPEG o PNG) en gráficos vectoriales mediante el uso de su herramienta de trazado automático. Esto es útil para convertir ilustraciones o logotipos escaneados en vectores editables. Creación de tipografías y manipulación de texto: crear y modificar textos, aplicar fuentes, ajustar el espaciado y posicionamiento. Exportación a varios formatos: exportar diseños a varios formatos, incluidos PNG, PDF, EPS y más, lo que permite su uso en múltiples aplicaciones y plataformas. Preparación de archivos para impresión: preparar archivos para la impresión. Los archivos vectoriales son ideales para impresoras de alta resolución. Opciones de color y configuración.</p>	6 horas
	Total	9 horas

6. Redes sociales. Módulo 5

Herramienta	Actividad	Duración
Redes sociales	Conociendo redes sociales y teoría. Objetivo: Capacitar en el uso de redes sociales y estrategias de marketing digital para la promoción de servicios turísticos. Temas Introducción a redes sociales: <i>Facebook e Instagram</i> . Creación de una página de negocio en <i>Facebook</i> . Estrategias de contenido y publicaciones efectivas. Análisis de audiencia y métricas básicas para medir el impacto. Prácticas: simulación de una campaña de promoción turística y planificación de publicaciones en redes sociales.	
		1,5 horas
	Total	7,5 horas

7. Mercadeo digital. Módulo 6

Herramienta	Actividad	Duración
Mercadeo Digital	Conociendo el mercadeo digital y teoría. Objetivo: Capacitar en el uso de redes sociales y estrategias de <i>marketing</i> digital para la promoción de servicios turísticos.	2 horas
	Semana 1: Fundamentos y estrategia en mercadeo digital Introducción al mercadeo digital. Diferencias entre marketing tradicional y digital. Principales beneficios y tendencias actuales en el marketing digital. Ejemplos de éxito y casos de estudio breves. Estrategia de mercadeo digital. Definición de objetivos SMART para campañas de <i>marketing</i> . Identificación del público objetivo y creación de clientes. Introducción al embudo de conversión y su importancia. Creación de marca en línea. Elementos básicos de la identidad de marca. Cómo definir el tono y la voz de la marca. Consistencia de la marca en distintas plataformas digitales.	3 horas
	Semana 2: Redes sociales y contenido <i>Marketing</i> en redes sociales. Estrategias específicas para cada plataforma (<i>Facebook, Instagram, X, LinkedIn</i>). Identificación de redes más adecuadas según el público y objetivos. Mejores prácticas para generar contenido atractivo y relevante. Calendario y planificación de contenidos. Concepto y creación de un calendario de contenidos. Herramientas para la gestión de contenidos en redes (<i>Hootsuite, Buffer</i>). Técnicas de programación y automatización de publicaciones. Introducción a la publicidad en redes sociales. Introducción a <i>Facebook Ads</i> y su interfaz. Creación de anuncios básicos en <i>Facebook e Instagram</i> . Segmentación de audiencia y análisis de resultados iniciales.	3 horas

	<p>Semana 3: Optimización de contenidos y email marketing SEO Básico (optimización en motores de búsqueda). Conceptos esenciales de SEO. Investigación de palabras clave. Optimización de páginas y contenido para mejorar el posicionamiento SEO Local. Estrategias para optimizar la visibilidad en búsquedas locales (<i>Google My Business</i>). Tácticas para captar a la audiencia local y mejorar la presencia en línea <i>email marketing</i>. Introducción a herramientas de <i>email marketing</i> (<i>Mailchimp, SendinBlue</i>). Creación de listas y segmentación de audiencia. Diseño de correos efectivos y buenas prácticas.</p>	3 horas
	<p>Semana 4: Publicidad digital y análisis de resultados Publicidad Digital y <i>Google Ads</i>. Principios de PPC (pago por clic) y <i>Google Ads</i>. Creación de una campaña básica y segmentación de anuncios. Configuración básica de una campaña de <i>Google Ads</i>. Medición y análisis de resultados. Introducción a <i>Google Analytics</i> y métricas clave en marketing digital. Cómo interpretar datos y tomar decisiones informadas para optimizar campañas. Establecimiento de KPIs (indicadores clave de desempeño) y análisis de desempeño.</p>	3 horas
	Total	14 horas

Actividades para cierre de cada sesión

Discusión y Reflexión: “Importancia del uso de herramientas para ofimática en la educación y profesiones” (10 min.)

- El profesor conducirá una discusión en clase sobre la importancia de cada herramienta digital en la educación y en las profesiones.
- Pedirá a los estudiantes que compartan sus opiniones y experiencias sobre el uso de cada herramienta.
- El profesor también brindará información sobre cómo se utilizan estas herramientas en diferentes profesiones, como en departamentos de mercadeo, redacción y otros.

Retorno

Discusión en grupo: “Compartiendo las soluciones” (15 min.)

- El profesor reunirá a todos los estudiantes y pedirá a cada grupo que comparta sus conclusiones de las actividades anteriores.

- Cada grupo tendrá hasta 3 minutos para presentar sus soluciones y compartir sus experiencias sobre el uso de las herramientas digitales.
- Durante las presentaciones, el profesor fomentará la participación de todos los estudiantes, haciendo preguntas para asegurarse de que todos estén comprometidos y comprendan el contenido.

Conexión con la teoría: “Aplicando el conocimiento” (15 min)

- Después de todas las presentaciones, el profesor conducirá una discusión sobre cómo las actividades prácticas se conectan con la teoría presentada al inicio de la lección.
- El profesor resaltará las características principales de las herramientas que se utilizaron durante las actividades y explicará cómo estas herramientas pueden facilitar la colaboración y la comunicación efectiva.

Reflexión individual: “Momento de reflexión” (15 min)

- El profesor propondrá que los estudiantes reflexionen durante un minuto sobre las siguientes preguntas:
 - a) “¿Cuál fue el concepto más importante que aprendiste hoy?”
 - b) “¿Qué preguntas aún no han sido respondidas?”
- Después del minuto de reflexión, el profesor pedirá a algunos estudiantes que compartan sus respuestas.
- El profesor utilizará estas respuestas para evaluar la comprensión de los estudiantes sobre el tema e identificar posibles áreas de confusión que necesiten aclaración adicional.

Realimentación y cierre: “Preparándonos para el futuro” (10 min)

- El profesor finalizará la lección al brindar una realimentación general sobre el desempeño de la clase y destaca los puntos fuertes y las áreas de mejora.
- También responderá a cualquier pregunta restante y proporcionará orientación sobre cómo los estudiantes pueden seguir practicando y mejorando sus habilidades en ofimática.
- Para finalizar, el profesor resaltará la importancia de las herramientas para los estudiantes y cómo la competencia en el uso de estas herramientas puede ser beneficiosa en sus vidas académicas y profesionales.

Conclusión (15 min.)

Resumen y recapitulación

- El profesor resumirá los puntos principales discutidos durante la lección. Se refuerza la importancia de estas herramientas de colaboración y comunicación efectiva.
- También reforzará las características de las herramientas básicas que se exploraron durante la lección.

Conexión entre teoría, práctica y aplicaciones

- El profesor explicará cómo la lección conectó la teoría (el concepto de las herramientas y su importancia) con la práctica (las actividades de simulación y resolución de problemas) y las aplicaciones (el uso real en entornos educativos y profesionales).
- Enfatizará que la comprensión teórica del uso de herramientas para ofimática es fundamental para su aplicación práctica y efectiva.

Materiales complementarios

- El profesor proporcionará una lista de materiales de estudio complementarios para los estudiantes que deseen profundizar su conocimiento sobre la ofimática y el uso de las herramientas digitales.
- Estos materiales pueden incluir tutoriales en línea, artículos, videos explicativos y ejercicios prácticos.
- El profesor animará a los estudiantes a explorar estos recursos a su propio ritmo y a plantear cualquier pregunta o dificultad durante las próximas elecciones.

Relevancia del asunto

- Por último, el profesor destacará la relevancia del uso en la vida cotidiana de los estudiantes.
- Explicará que, además de ser herramientas útiles para la escuela, también son ampliamente utilizadas en muchas profesiones para la creación y edición de documentos colaborativos.
- El profesor resaltará que la habilidad de utilizarlas de manera efectiva puede dar a los estudiantes una ventaja en el mercado laboral y en sus futuras carreras.

Cierre

- El profesor finalizará la lección, agradecerá la participación de los estudiantes y reforzará la importancia de seguir practicando y mejorando sus habilidades en ofimática y las herramientas digitales presentadas.
- También recordará a los estudiantes que el uso efectivo de herramientas tecnológicas, son habilidades valiosas que puede ayudarles a tener éxito en sus estudios y en sus futuras carreras.

8. Evaluación del programa

- Diagnóstico inicial: encuesta sobre conocimientos previos en herramientas digitales.
- Evaluación continua: actividades prácticas en cada sesión.
- Retroalimentación constante: comentarios y sugerencias durante el curso.
- Evaluación final: creación de una campaña de promoción digital para sus negocios usando las herramientas vistas.

9. Recursos necesarios

- Tecnológicos: computadoras o tabletas, acceso a Internet, cuentas de correo y redes sociales.
- Materiales de apoyo: manuales de usuario, guías de uso de aplicaciones y tutoriales.

10. Resultados esperados

- Mejor conocimiento y uso de herramientas digitales básicas.
- Habilidad para crear contenido visual y promocional.

- Capacidad de gestión y organización de información financiera en *Excel*.
- Estrategias claras de *marketing* digital para potenciar su negocio turístico.

Cronograma

		Cantidad de semanas	Año: _____																																	
			Meses: 7,5 DE _____ A _____																																	
		S E M A N A																																		
No.	Actividad		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Actividad lograda		
Módulo 1																																				
1	Introducción a herramientas digitales básicas	1	■																																	
Módulo 2																																				
Ofimática básica para la gestión de negocios módulo (MS Office)																																				
2	Word	3		■	■	■																														
3	PowerPoint	3				■	■	■																												
4	Excel	3							■	■	■																									
5	Outlook	2										■	■																							
Módulo 3																																				
Ofimática básica para la gestión de negocios (Google)																																				
6	Documentos Google	1												■																						
7	Presentaciones Google	1													■																					
8	Hojas de cálculo Google	1														■																				
9	Google Gmail	1															■																			
10	Google Meet	1																■																		
Módulo 4																																				
11	Diseño gráfico	4																			■	■	■	■												
12	Inkscape	3																							■	■	■									
Módulo 5																																				
13	Redes sociales	2																											■	■						
Módulo 6																																				
14	Mercadeo digital	5																																		
OBSERVACIONES:																																				

CAPÍTULO VI:
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este apartado se presentan las conclusiones y recomendaciones de los objetivos de la investigación. Estos se fundamentan en el establecimiento de un programa de capacitaciones desde las bases de la educación técnica no formal.

Como conclusión previa, se señala que el análisis del contexto emprendedor en la región revela un ecosistema activo, con una alta proporción de empresas en sus primeros años de operación. Este aspecto acentúa la importancia de desarrollar programas de apoyo y capacitación específicos para emprendedores emergentes, con el fin de brindarles ayuda para superar las barreras iniciales y mejorar sus posibilidades de éxito.

La adaptabilidad e innovación han sido factores determinantes en la supervivencia y el crecimiento de los negocios más consolidados. Lo anterior les permite prosperar en un entorno de constante cambio.

De acuerdo con los resultados, se indica que se logró un 100 % de las actividades realizadas para conocer el perfil social y del emprendimiento o negocio de las personas participantes.

Esta información puede fundamentar la creación de políticas de apoyo a emprendedores y el diseño de programas orientados a fortalecer la capacidad operativa de nuevos negocios a largo plazo, por lo que se recomienda la colaboración con instituciones como el Instituto Nacional de Aprendizaje, la municipalidad y otros gobiernos locales, asociaciones de desarrollo integral y el Instituto Tecnológico de Costa Rica, cuya cercanía y vinculación con la zona pueden potenciar el impacto de estas iniciativas.

6.1 Conclusiones de objetivo: Identificar

En esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones para el objetivo: Identificar las habilidades informáticas de las personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.

6.1.1 Conclusiones

6.1.1.1 Las competencias digitales de los emprendedores en turismo son limitadas a herramientas básicas, especialmente en ofimática y comunicación. Un 59 % solo posee un nivel básico en el uso de herramientas digitales, lo que puede limitar la efectividad en procesos de *marketing* y gestión.

6.1.1.2 La mayoría de los emprendedores (83 %) utiliza dispositivos móviles para sus actividades diarias, mientras que el uso de computadoras es menor. Esto refleja una preferencia por herramientas móviles, posiblemente por su accesibilidad y facilidad de uso.

6.1.1.3 *Google Chrome* es el navegador dominante entre los emprendedores, con un 82 % de preferencia, lo que indica una tendencia hacia herramientas que integren múltiples servicios y faciliten la experiencia de usuario.

6.1.1.4 Las redes sociales, especialmente *Facebook* e *Instagram*, son las plataformas preferidas para la promoción de negocios (43 % y 31 %, respectivamente). Sin embargo, el uso de páginas web es mínimo (2 %), lo cual limita la presencia profesional y la credibilidad de los negocios.

6.1.1.5 Aunque el 35 % de los emprendedores utiliza *Canva*, el uso de herramientas avanzadas de diseño gráfico es muy bajo (3 %), también genera una limitación en la calidad del material publicitario que pueden crear. Además, si no se paga un plan de servicio, esta plataforma deja marca de agua al producto final.

6.1.2 Recomendaciones

6.1.2.1 Es fundamental ofrecer capacitaciones específicas en competencias digitales avanzadas, centradas en herramientas de diseño, gestión de redes sociales y *marketing* digital. Esto les permitirá mejorar la visibilidad y promoción de sus emprendimientos.

6.1.2.2 Fomentar el uso de aplicaciones móviles para la gestión y promoción de negocios, como aplicaciones de edición de contenido visual, gestión de redes y análisis de datos. Además, se deben recomendar herramientas que permitan integración multiplataforma para facilitar la transición entre dispositivos.

6.1.2.3 Aprovechar la preferencia por *Chrome* capacitando a los emprendedores en el uso de extensiones que mejoren la productividad, como gestores de redes sociales, herramientas de análisis de tráfico web y funciones de *marketing* en línea.

6.1.2.4 Ofrecer talleres sobre la creación de páginas web básicas y optimización de perfiles de redes sociales para que los emprendedores puedan fortalecer su presencia en línea y mejorar la credibilidad de sus negocios.

6.1.2.5 Proporcionar talleres de diseño gráfico básico que incluyan el uso de herramientas más avanzadas, como *Canva*, se puede también incluir la herramienta de diseño de libre uso *InkScape*, para que los emprendedores puedan desarrollar contenido visual atractivo que se alinee con la identidad de su marca y la preferencia de su población meta.

Estas recomendaciones ayudarán a desarrollar las habilidades digitales necesarias para la sostenibilidad y crecimiento de los emprendimientos turísticos en un entorno digital competitivo.

6.2 Conclusiones de objetivo: Determinar

En esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones para el objetivo: Determinar el perfil socio-tecnológico de las personas emprendedoras en actividades turísticas del cantón de Oreamuno.

6.2.1 Conclusiones

6.2.1.1 La mayoría de los emprendimientos se concentran en el área de San Rafael, que muestra una infraestructura y demanda favorables para el desarrollo de negocios turísticos.

6.2.1.2 Un 14 % de los negocios opera virtualmente, lo que evidencia una tendencia creciente hacia la digitalización en el sector turístico.

6.2.1.3 El perfil de los emprendedores es mayoritariamente femenino (72 %) y se concentra en edades de 30 a 60 años, lo que indica una mayor participación de mujeres adultas en el emprendimiento turístico.

6.2.1.4 La mayoría de los emprendedores tiene una educación secundaria completa, aunque también se observan casos con nivel universitario y con estudios no concluidos.

6.2.1.5 Las herramientas digitales más utilizadas incluyen *Google Chrome, Gmail, WhatsApp, Facebook* y *Canva*, lo que muestra la preferencia por aplicaciones de navegación, comunicación y diseño gráfico.

6.2.2 Recomendaciones

6.2.2.1 Fomentar el desarrollo de infraestructuras similares en áreas con menor concentración de emprendimientos, como Cot, Santa Rosa, y Potrero Cerrado. Esto podría equilibrar la distribución y contribuir al crecimiento económico de estas zonas.

6.2.2.2 Incentivar la capacitación en herramientas digitales y comercio en línea para emprendedores, especialmente en áreas rurales, para ampliar su alcance y mejorar su competitividad en el mercado digital.

6.2.2.3 Implementar programas de apoyo enfocados en mujeres emprendedoras, al promover el acceso a recursos, financiamiento y redes de apoyo que fortalezcan sus negocios y, en consecuencia, la economía local.

6.2.2.4 Desarrollar programas educativos y talleres de formación continua para que emprendedores con diversos niveles educativos puedan adquirir habilidades prácticas y conocimientos específicos que fortalezcan la gestión de sus negocios.

6.2.2.5 Crear un programa de formación en competencias digitales que profundice en el uso de estas herramientas y explore funcionalidades adicionales que optimicen la productividad y eficiencia de los emprendedores, como el uso de inteligencia artificial para la creación de contenido.

Estas recomendaciones buscan atender las necesidades actuales de los emprendedores de Oreamuno, con el fin de promover su adaptación tecnológica, incrementar sus capacidades competitivas y apoyar su crecimiento sostenible. Sin embargo, es necesario el apoyo desde instituciones competentes y los gobiernos locales como la municipalidad. Como se indica en el Plan de Desarrollo Humano Local del Cantón de Oreamuno (2021-2031), Municipalidad de Oreamuno (2021), se debe enfocar la educación como una herramienta clave para el desarrollo cantonal.

6.3 Conclusiones de objetivo: Definir

En esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones para el objetivo: Definir los fundamentos que se requieren de la educación técnica no formal para el desarrollo de un programa de capacitación.

Para desarrollar un programa de capacitaciones en el marco de la educación técnica no formal, es esencial basarse en una serie de fundamentos que permitan no solo la adquisición de conocimientos, sino también el desarrollo de habilidades prácticas aplicables al contexto de los participantes.

La educación técnica no formal debe priorizar el desarrollo de competencias específicas que los participantes puedan aplicar de inmediato en su contexto laboral o personal. Esto incluye habilidades prácticas o competencias que respondan a las necesidades reales de los emprendedores, como el uso de herramientas digitales, estrategias de mercadeo o gestión de recursos entre otras.

Es importante comprender el concepto de competencias el cual está definido como los “procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto y con responsabilidad”, como indican Juanto et al (como se cita en Tobón, 2005, p.5). Esta definición sugiere que, al ejecutar tareas o actividades que requieren un alto nivel de habilidad y conocimiento, una persona no solo debe poseer la capacidad técnica necesaria, sino también la habilidad de adaptar su desempeño a las condiciones y demandas específicas del contexto en el que se encuentra. Para un emprendedor, esto implica tener el conocimiento adecuado para ejecutar tareas de manera efectiva.

Camacho (2020) señala que las competencias están influenciadas por factores lingüísticos, sociales, históricos y culturales, lo que les da un contexto específico. Su principal función es integrar diversos conocimientos y aplicarlos en la vida cotidiana, lo que permite a las personas actuar de manera efectiva ante situaciones que demandan el uso de estos saberes.

Asimismo, las competencias abarcan los cuatro pilares del conocimiento propuestos por Delors (1996): el saber, el saber hacer, el saber ser y el saber estar. De

esta manera, engloban el "qué" (contenidos o conocimientos), el "cómo" (métodos o formas de hacer) y el "para qué" (capacidades, actitudes y valores).

Para el concepto de enfoque se puede tomar la definición presentada por Campuzano et al (2022), los cuales indican:

[...] Los enfoques son concepciones y percepciones abiertas, flexibles e hipotéticas de la realidad educativa, que permiten ajustes, adaptaciones e integraciones de las distintas ciencias y de diferentes experiencias pedagógicas, conservando siempre una perspectiva del análisis del fenómeno educativo de las teorías del aprendizaje [...]. (p. 1349)

Lo anterior señala que los enfoques son maneras de entender y percibir la educación. Además, son dinámicos, abiertos a cambios, permiten que se realicen ajustes y adaptaciones en la práctica pedagógica e integran diversas disciplinas y experiencias educativas. Por ello, mantienen una conexión con las teorías del aprendizaje, lo que implica una comprensión más amplia y analítica del fenómeno educativo.

Es necesario destacar la importancia de la flexibilidad y la integración en el diseño de prácticas educativas. Esto puede favorecer una mejor respuesta a las necesidades y demandas del ecosistema educativo.

Comprendido lo anterior, se puede definir que el enfoque por competencias se adapta como parte de los fundamentos para establecer un programa de capacitaciones basado en la educación técnica no formal. Sobre este punto, Benítez (2022) indica que se “[...] refiere a una forma de enseñanza y aprendizaje que se centra en desarrollar habilidades y conocimientos prácticos que son necesarios para realizar tareas y resolver problemas en la vida cotidiana y en el mundo laboral” (p. 10404).

Como parte de los fundamentos para el desarrollo de las capacitaciones, la educación no formal requiere adaptarse a los tiempos y circunstancias de los participantes, lo cual significa ofrecer opciones de horarios flexibles, modalidades de enseñanza (presencial, virtual, o bimodal) y métodos de evaluación que reflejen su progreso práctico en lugar de exámenes tradicionales. Por otro lado, la educación no formal debe incorporar la retroalimentación constante. Este aspecto ayuda a los participantes a mejorar de manera continua y les permite ajustar sus aprendizajes en función de sus propias necesidades y progresos.

6.3.1 Conclusiones

6.3.1.1 El análisis revela una notable carencia de capacitación reciente en herramientas digitales entre los emprendedores, ya que el 90 % no ha recibido formación en el último año. Esta falta de capacitación limita la capacidad de los emprendedores para integrar herramientas tecnológicas en la gestión de sus negocios, lo que podría impactar negativamente en su competitividad.

6.3.1.2 La mayoría de los emprendedores muestra un alto interés en recibir capacitación en redes sociales (25 %) y *marketing* digital (19 %), lo que indica que estas herramientas son percibidas como fundamentales para aumentar la visibilidad y el alcance de sus negocios.

6.3.1.3 Un 13 % de los participantes considera importante capacitarse en el uso de *Excel*. Destacan su relevancia para la gestión operativa diaria de los negocios. Esto indica una necesidad de fortalecer las competencias en herramientas de ofimática para mejorar la organización y el análisis de datos en los emprendimientos.

6.3.1.4 Las herramientas como *PowerPoint* y *Outlook* presentan un bajo interés entre los participantes, lo que sugiere que los emprendedores priorizan habilidades

directamente relacionadas con la promoción y gestión de sus negocios, en lugar de herramientas más tradicionales de presentación y comunicación.

6.3.1.5 La educación técnica no formal requiere flexibilidad en términos de horarios, modalidades de enseñanza y métodos de evaluación, para adaptarse mejor a las necesidades y tiempos de los emprendedores. Esto también implica una constante retroalimentación para el seguimiento del progreso.

Con lo anterior, se definen los fundamentos necesarios para el diseño de un programa de capacitación alineado con las necesidades de los emprendedores y de la comunidad a la que sirven. Se logra el 100 % de cumplimiento del análisis de la información dentro de los objetivos diagnosticar y determinar para poder definir los fundamentos que se requieren de la educación técnica no formal para el desarrollo de un programa de capacitación el cual se encuentra dentro del Capítulo V *Propuesta de trabajo*.

6.3.2 Recomendaciones

6.3.2.1 Es esencial diseñar programas de capacitación en herramientas digitales, enfocados en redes sociales, *marketing* digital y herramientas de ofimática como *Excel*, para mejorar la visibilidad y la gestión operativa de los emprendimientos.

6.3.2.2 Incluir en el programa de capacitación módulos especializados en el uso de redes sociales y *marketing* digital para potenciar la presencia en línea de los emprendimientos y mejorar la efectividad de sus estrategias de promoción.

6.3.2.3 Incluir formación en *Excel* dentro del programa de capacitación, enfocándose en su uso práctico para la gestión financiera, inventarios y análisis de datos operativos.

6.3.2.4 Priorizar el desarrollo de habilidades prácticas en herramientas digitales más relevantes para la gestión y promoción de negocios. Además, considerar brevemente las herramientas de ofimática que no están directamente relacionadas con estas áreas.

6.3.2.5 Desarrollar un programa de capacitación que ofrezca opciones flexibles de aprendizaje (presencial, virtual, bimodal) y métodos de evaluación prácticos y continuos, para que los emprendedores puedan avanzar según su ritmo y necesidades específicas.

6.4 Conclusiones de objetivo: Elaborar

En esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones para el objetivo: Elaborar un plan de capacitaciones en habilidades informáticas básicas para personas emprendedoras en actividades turísticas de la provincia de Cartago, cantón de Oreamuno.

6.4.1 Conclusiones

6.4.1.1 La elaboración de un plan de capacitación para emprendedores en el cantón de Oreamuno requiere una identificación precisa de necesidades y competencias digitales básicas que son esenciales para el desempeño eficiente en sus negocios.

6.4.1.2 La mayoría de los emprendedores participantes están familiarizados con el uso de dispositivos portátiles y herramientas de ofimática, pero tienen un conocimiento limitado de herramientas avanzadas para marketing y creación de contenido digital.

6.4.1.3 Existen preferencias variadas en cuanto a la modalidad de la capacitación (presencial, virtual o bimodal), con una inclinación general hacia la modalidad presencial, lo cual indica la necesidad de contacto humano y soporte inmediato en el aprendizaje.

6.4.1.4 Las limitaciones de tiempo disponibles para la capacitación son considerables, con una mayor parte de los participantes prefiriendo sesiones de baja carga horaria semanal.

6.4.1.5 La falta de conectividad a internet o de dispositivos adecuados podría ser una barrera para algunos participantes, afectando la efectividad de las capacitaciones si no se planifica en función de estas limitaciones.

6.1.4.6 Existe un interés significativo en capacitaciones prácticas, especialmente en el uso de redes sociales y herramientas de productividad, como parte de las necesidades prioritarias para mejorar el alcance y la administración de los negocios.

6.4.2 Recomendaciones

6.4.2.1 Realizar un diagnóstico inicial que permita conocer el nivel de competencia digital de los participantes. Asimismo, establecer módulos de capacitación que inicien en un nivel básico y avancen progresivamente, lo que permita que todos adquieran los conocimientos esenciales.

6.4.2.2 Recomendación: incluir módulos específicos sobre herramientas de diseño gráfico básico y creación de contenido en redes sociales, como *Canva*, *Inkscape* y *VSDC*, para permitir que los emprendedores desarrollen habilidades en creación de material promocional para sus negocios.

6.4.2.3 Ofrecer la capacitación en modalidad presencial para cubrir esta preferencia mayoritaria y considerar ofrecer sesiones en modalidad virtual o mixta en un futuro para quienes valoran la flexibilidad de estas opciones.

6.4.2.4 Diseñar las capacitaciones en módulos de 4 horas semanales, para permitir que los participantes mantengan el equilibrio con sus otras actividades y asimilen los conocimientos de forma gradual.

6.4.2.5 Asegurarse de que las capacitaciones en modalidad virtual incluyan recomendaciones para que los participantes cuenten con un lugar de conexión estable y,

de ser posible, ofrecer la modalidad presencial para aquellos con limitaciones tecnológicas.

6.4.2.6 Estructurar las capacitaciones para que incluyan ejercicios prácticos y actividades que permitan el desarrollo de una campaña de promoción digital utilizando redes sociales y herramientas de productividad. Incluir una evaluación final que integre la creación de contenido digital aplicable a sus negocios, con retroalimentación constante en cada sesión para asegurar el aprendizaje efectivo.

6.4.2.7 Implementar una fase de seguimiento posterior a la capacitación que permita evaluar la aplicación de las habilidades adquiridas en sus negocios. Estas acciones pueden realizarse mediante asesorías puntuales o sesiones de retroalimentación en los meses posteriores, para apoyar a los emprendedores en el uso continuo de herramientas digitales.

6.4.2.8 Establecer alianzas con instituciones locales, como cámaras de comercio o instituciones educativas, gobiernos locales, que puedan ofrecer soporte continuo y recursos adicionales, como acceso a equipos o espacios con conectividad, para facilitar la práctica de las habilidades aprendidas y mejorar la sostenibilidad del aprendizaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, L. A. (2017). *Propuestas metodológicas para la alfabetización mediática de las personas mayores*. (1st ed., pp. 197–220). <http://www.jstor.org/stable/j.ctt1qqhfg5.10>
- Alvarado Calderón, G. & Mora Hernández, R. (2020). *Educación Técnica secundaria pública en Costa Rica: 1950-2014*. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 20(2), 1-35. Doi. 10.15517/aie.v20i2.41668
- Álvarez - Hernández M. (2024). *Primera Jornada Participativa sobre la percepción de los actores sociales locales para el desarrollo turístico en el cantón Cartago de la provincia de Cartago realizada de noviembre de 2022 a enero de 2023*. *Revista Investiga.Tec*, 17 (51), pp. 39-46. Url: https://revistas.tec.ac.cr/index.php/investiga_tec/article/view/7539/7274
- Azcona, M.; Manzini, F. & Dorati, J. (2013). *Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación: Aplicación a la investigación en psicología. IV Congreso Internacional de Investigación*. Url: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.12219/ev.12219.pdf
- Barrantes-Echavarría, R. (2018) *Investigación, Un camino al conocimiento: Un Enfoque Cuantitativo y Cualitativo*. EUNED, Costa Rica.
- Bartolomé-Pina, A. (2021) *Revisando actitudes ante las tecnologías digitales*. Repositorio: <https://doi.org/10.22458/ie.v23iEspecial.3759>
- Benítez Ayala, D. (2022). *Evaluación del aprendizaje y el enfoque por competencias. Revisión de antecedentes teóricos*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 10402-10434. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4136

- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (Cuarta edición). Editorial Pearson.
- Caja Costarricense de Seguro Social. (2020). *Gestión de los procesos de capacitación y formación en la caja costarricense de seguro social*. Url: <https://www.cendeisss.sa.cr/wp/wp-content/uploads/2021/06/Gestion-de-los-Procesos-de-Capacitacion-Formacion-en-la-Caja-Costarricense-de-Seguro-Social.pdf>
- Camacho Calvo, S. (2020). *Nociones y prácticas evaluativas basadas en el enfoque por competencias implementado en los Colegios Técnicos Profesionales de Costa Rica*. *Actualidades Investigativas En Educación*, 20(2), 1–36. <https://doi.org/10.15517/aie.v20i2.41650>
- Camacho-Yáñez, I., Gómez-Zermeño, M. & Pintor-Chávez, M. (2015). *Competencias digitales en el estudiante adulto trabajador*. *Revista Interamericana de educación de Adultos*, 37(2), 10-24. <https://www.redalyc.org/pdf/4575/457544924002.pdf>
- Campos- Céspedes, J. (2015) *¿Cómo hacer un trabajo final de graduación?* Lineamientos para la Escuela de Ciencias de la Educación. EUNED, Costa Rica.
- Campuzano-López, J., Mero-Ponce, J., Jara-Zúñiga, C., & López-Delgado, S. (2022). *Fundamento y Enfoque Pedagógico de la Unidad Educativa Veintitrés de Octubre*. *Polo del Conocimiento*, 7(3), 1345-1359. doi:<https://doi.org/10.23857/pc.v7i3.3796>
- Castro- Núñez, L. (2008). *Propuesta de Alfabetización de Educación no Formal, para hombres, mujeres y obreros inmigrantes nicaragüenses*. *Revista Electrónica Educare*, 12, 143-151. Repositorio: <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584018.pdf>

- Consejo territorial de desarrollo rural. (2016). *Plan Territorial de Desarrollo - Cartago-Oreamuno-El Guarco-La Unión*. Url: <https://www.inder.go.cr/correque/PTDR-Cartago-Oreamuno-El-Guarco-La-Union.pdf>
- Concejo de la Promoción de la Competitividad Costa Rica. (2023). *Índice de Competitividad Nacional 2023*, url: <https://icn.cr/datos>
- Cortes, D. (25 de abril de 2023). *Clasificación del turismo actual. Centro de Estudios Superiores de Maranathá (CESUMA)*. Url:<https://www.cesuma.mx/blog/clasificacion-del-turismo-actual.html>
- Dengo- Obregón, M. (2012). *Educación Costarricense* (Segunda Edición). Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Diotallevi, M. (setiembre, 2022). *La situación y el rol de las mujeres emprendedoras en el turismo de Costa Rica en el contexto LAC* [Diapositivas en Power Point] <https://www.unwto.org/es/event/empresarias-impactan-turismo-costarricense>
- Finquelievich, S. (2020). *América Latina: entre el envejecimiento y el tsunami tecnológico: Robótica, inteligencia artificial y trabajo*. (pp. 15–30). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1gm00zt>.
- Fuentes- Angulo, S. (2021). *Propuesta de programa de capacitación a pymes para la gestión tributaria efectiva de las empresas ante un nuevo escenario tributario en Costa Rica, como un nuevo producto de la empresa Ones Asesores*. [Tesis Maestría en Administración de Negocios, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica] Repositorio: https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/6XDBNGS2H6T96S4R4L1F58KLEXX9YS.pdf

- Gatica-Zapata, N., & Valdivia- Guzmán, J. (2015). *La web 2.0, más que una actitud para fortalecer la inclusión social y el desarrollo profesional*.
<http://www.jstor.org/stable/j.ctt1k234g2.10>
- Gómez-Díaz, J. & Ramírez-Meléndez, M., (2021). *Emprendimientos turísticos, una alternativa de desarrollo en comunidades cercanas a centros integralmente planeados. Caso Bahías De Huatulco, México*. *Revista de Ciencias Sociales*, (Cr), 1(171).
<https://www.redalyc.org/journal/153/15369755012/15369755012.pdf>
- González-Machado, E. C., & Soto Curiel, J. A. (2023). *El diagnóstico como punto de partida de los proyectos educativos*. Universidad Autónoma de Baja California. Url:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=943564>
- Google. (13 de septiembre de 2024). Oreamuno. Google Earth
 (<https://earth.google.com/web/search/oreamuno/@10.00847659,-83.77687041,2761.72038018a,74428.94542054d,35y,0h,0t,0r/data=CncaSRJDCiUweDhmYTBkY2U5NWY1ZGQyMDE6MHhkM2RkNWI2MTY5OGRmYjMxGShf0EIC EiRAISqkoevn9ITAKghvcmVhbXVubxgBIAEiJgokCX7CUmKOBcRAET7CqKG0qC NAGdTUyUYIV7FTAleFysTmSBIXAQgIIAToDCgEw>)
- Gullo, J. (2019). *Tecnología y educación: Experiencias y miradas para la implementación de las nuevas tecnologías en el aula*. Editorial Maipue. <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/80764>
- Hernández-Sampieri R. & Mendoza-Torres Ch. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial McGraw Hill México.
- Hernández-Sampieri, R.; Fernández-Collado, C.; Baptista-Lucio, P. (2016). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición). Editorial McGraw Hill México.

- Huere-Salazar, S. (2022). *Plan de capacitación para promover el uso de las TIC en los procesos administrativos contables de un grupo de emprendedores comerciales de Lima*. Universidad San Ignacio de Loyola. [Tesis de Grado] Repositorio: <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/f11771a4-f5da-43fc-8296-4a2f7afb928e>
- Instituto de Desarrollo Rural. (20 de noviembre de 2019). *Inder abre espacios de participación a mujeres rurales de Cartago*. Noticias. Url: <https://www.inder.go.cr/noticias/comunicados/2019/N183-inder-abre-espacios-de-participacion-para-mujeres-rurales-de-cartago.aspx>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2014). *Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales*. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/3028>
- Jiménez-Barrientos, R. & Espinosa-Castillo, J. (2016). *Subcontratación*. Universidad de Nuevo León, VinculaTégica EFAN. 2 (1), 2556-2571. Url: <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/2556-2571%20-%20Subcontratacion.pdf#page=1>
- Juanto, S., Cappello, V., Prodanoff, F., & Zerbino, L. (2021). *El Enfoque Basado en Competencias, El*. Primeras aproximaciones desde Ciencias Básicas. Revista Tecnología Y Ciencia, (41), 1–17. <https://doi.org/10.33414/rtyc.41.1-17.2021>
- Larghi, S., & Duek, C. (2016). *Uso y apropiación de Tecnologías de la Información y de la Comunicación: Una aproximación a su investigación en la argentina*. Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea (pp. 209–236). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctv253f5pn.10>

- Loza Ticona, R. M., Mamani Condori, J. L., Mariaca Mamani, J. S., & Yanqui Santos, F. E. (2020). *Paradigma sociocrítico en investigación*. *PsiqueMag*, 9(2), 30–39. Url: <https://doi.org/10.18050/psiquemag.v9i2.2656>
- Luján- Ferrer, M. (2010). *La administración de la educación no formal aplicada a las organizaciones sociales: Aproximaciones teórico-prácticas*. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44013961006.pdf>
- Marín-Marín, C, Flores-Álvarez, K & Calderón-Jiménez, A. (2022). *Estilo de Citación y Referencias APA 7 ed.* [Instituto Tecnológico de Costa Rica, Biblioteca Figueres Ferrer]. https://www.tec.ac.cr/sites/default/files/media/doc/normas_apa_7_version_revisada_0.pdf
- Ministerio de Salud de la Nación de Argentina (2013). *Guía para la elaboración de Programas de capacitación de los trabajadores de Salud*. argentina.gob.ar. Url: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2024/04/guia_para_la_elaboracion_de_programas_de_capacitacion_de_los_trabajadores_de_salud_2642024.pdf
- Mora – Pérez, K. (14 de septiembre de 2023). *TEC sigue impulsando actividad turística de Paraíso*. Hoy en el Tec. Url: <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2023/09/14/tec-sigue-impulsando-actividad-turistica-paraiso>
- Mucha, A. (2022). *Teoría de la Educación*. DOI: 10.13140/RG.2.2.19178.80327.
- Municipalidad de Oreamuno. (2021). *Plan de desarrollo humano local del cantón de Oreamuno, 2021-2023*. Url: https://oreamuno.go.cr/app/webroot/files/transparency_folder/8f4a13db-f196-4331-8e18-b51b549e08a9.pdf

Municipalidad de Oreamuno. (9 de marzo de 2022). *Generalidades*. Municipalidad de Oreamuno. Url: <https://www.oreamuno.go.cr/articulo/66/generalidades->

Muñoz-Bermudez, K. & Picado-Martinez, M. (2024). *Descripción de la participación de los actores sociales claves involucrados en las actividades turísticas culturales del distrito de Matambú, Hojancha, provincia de Guanacaste, Costa Rica, para evaluar las condiciones de la gestión turística sostenible de noviembre de 2023 a abril de 2024* [Informe de la Práctica de especialidad en Bachillerato, Instituto Tecnológico de Costa Rica] Repositorio TEC: <https://hdl.handle.net/2238/15175>

Murillo-Romero, C. (2024). *Propuesta para el diseño del “Ecomuseo Los Chorotegas” en el Territorio Indígena Matambú, Guanacaste-Costa Rica*. Revista Geográfica de América Central, (72), 397-424. <http://dx.doi.org/10.15359/rgac.72-1.15>

Ñique- Vargas, C. (2021). *Educación financiera de los artesanos emprendedores del distrito de Moche, 2021*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/80954>

Núñez – Castro L. (2008). *Propuesta de alfabetización de educación no formal, para hombres, mujeres y obreros inmigrantes nicaragüenses*. Revista Electrónica Educare, 12, 143-151. DOI: <https://doi.org/10.15359/ree.12-Ext.12>

Ortiz-Espinoza, W. & Paredes-Romero, J. (2022). *Las características del emprendedor en el posicionamiento de las startups y PYMES*. [Tesis de Licenciatura en Administración y Gerencia del Emprendimiento, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio UPC: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/664290>

Palacios-Trujillo, E.; Naranjo-Ordoñez, L.; Cejas-Martínez, M. & Bacilio-Bejeguén, J. (2024). *Actitudes y Comportamientos del Emprendedor en Tiempos de Innovación*

Empresarial. Dominio de las Ciencias, 10(1), 592-618.
<https://doi.org/10.23857/dc.v10i1.3733>

Palma-Cedeño , R. M. ., & Jama-Zambrano, V. R. . (2022). *El aprendizaje basado en proyectos de las actividades interdisciplinarias de los estudiantes del subnivel elemental*. 593 Digital Publisher CEIT, 7(4-2), 122-132.
Url:<https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-2.1234>

Pazos, C. (2021). *Algunas reflexiones sobre la educación no formal y el aporte de Paulo Freire*. Enfoques.Edu, 2(2), 1-7. DOI:
<https://ojs.cfe.edu.uy/index.php/enfoques/article/view/951>

Pérez- Pérez, H. (2022). *Estrategia sostenible de reactivación del Tour Nangú Chorotega en la comunidad de Matambú de Hojancha, Guanacaste, II semestre 2022*. [Trabajo Final de Universidad Estatal a Distancia Costa Rica]. Repositorio Institucional UNED. Url:
https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/HVXTMPXRJJ7LP9TJMBL59S971FTGK5.pdf

Programa Estado de la Nación Noveno Estado de la Educación 2023: resumen / Programa Estado de la Nación. -- San José, C.R.: CONARE - PEN, 2023. 63 p.: ilustraciones en color; 28 cm. (Informe Estado de la Educación; No. 09 – 2023)

Rojas- Madrigal, G. (2012). *Propuesta de talleres formativos, para ser implementada en el proyecto Escuela para madres del Albergue Hogar Casa Luz*. [Tesis Maestría en Administración Educativa, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica] Repositorio Institucional UNED:

https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/CHM9JL4YTYHJDUJJ44MBBKNAXBNH57.pdf

Rojas-Zuñiga, M. (2020). *Guía de capacitación básica en criminalística a la Asociación de Desarrollo Integral de Samara, Guanacaste*. [Tesis Licenciatura en Criminalística, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica] Repositorio: https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/N1IGCRE2YTQ3DYYYYYKQSMBCY458LGV.pdf

Rojas-Chaves, A. (2021). *Propuestas de capacitaciones en sostenibilidad para los emprendimientos turísticos del distrito de Peñas Blancas de San Ramón, II semestre del 2021*. [Proyecto Profesional Bachillerato Gestión Turística Sostenible, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica] Repositorio UNED: https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/IKDJMCG8UVMV4LDE29FA1IR3VB8YCK.pdf

Samudio-Morales, S. (2021). *Programa de capacitaciones para el fomento de las micros y pequeñas empresas turísticas sostenibles en la comunidad de La Esperanza de Santa Cruz de Guanacaste, II Semestre 2021*. [Proyecto Profesional Bachillerato Gestión Turística Sostenible, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica]. Repositorio UNED: https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/7NCUXV2PQH5YPEYG7JQ56V2C5FXLIB.pdf

Samudio- Morales, S. (2023). *Plan de capacitaciones para la mejora de los servicios y productos turísticos de la comunidad de La Palma de Puerto Jiménez, Puntarenas, II semestre 2023*. [Proyecto Licenciatura en Gestión y Gerencia del Turismo Sostenible, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.] Repositorio UNED:

https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/FGT4GTCLKMTAMBMVNLDPBQ51GLVNK2.pdf

Simpson-Jiménez, S. (2012). *Propuesta socioeducativa para la promoción y formación emprendimiento dirigida a población privada de libertad matriculada en el programa de estudios superiores con la UNED del Centro de Atención Institucional Marcus Garvey de Limón, periodo 2017*. [Tesis Licenciatura en Ciencias de la Educación, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica]. Repositorio UNED: https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/FX4TAVN6HS6F29FY49HNBGJU76YR9C.pdf

Socatelli- Porras, M. (2016). *Fundamentos para emprendimientos turísticos sostenibles: la formulación y evaluación de proyectos turísticos sostenibles*. [Primera Edición]. Editorial Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Soto - Kiewit, D.; Segura- Jiménez, A.; Navarro- Rojas, O.; Cedeño- Rojas, S. & Medina- Díaz, R. (2023). *Educación formal, no formal e informal y la innovación: Innovar para educar y educar para innovar*. <https://doi.org/10.22458/ie.v25i38.4535>

Solano - Araya C. (2023). *Propuesta de diseño de un programa de capacitación para el Departamento de Higiene y Ornato Ambiental de la Municipalidad de Oreamuno a través de un análisis del proyecto ambiental de compostaje doméstico en el 2023*. [Tesis Licenciatura en Educación Técnica, Instituto Tecnológico de Costa Rica] RepositorioTEC: <https://hdl.handle.net/2238/14479>"<https://hdl.handle.net/2238/14479>

Solano-Mora, J. (2022). *Entorno educativo mediado por Tecnologías de Información y Comunicación para el fortalecimiento del proceso educativo del estudiantado de undécimo año del Colegio Nocturno de Cartago en la promoción de las pruebas de bachillerato de noviembre 2019*. [Tesis Maestría en Administración Educativa,

Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica] Repositorio UNED:
https://aleph23.uned.ac.cr/exlibris/aleph/a23_1/apache_media/ETGMJCCTKABYE39GEVFFF4YMYAG1SB.pdf

Solís Narváez, N. S. (2019). *Aproximación antropológica a la metodología de la sistematización de experiencias*. *Revista Senderos Pedagógicos*, 10(1), 63–84.
<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/senderos/article/view/945>

Soriano-Sandoval, J. L. & Alarcón-Sánchez, K. M. (2022). *The Outsourcing Theory: Approach, Decision and Corporate Social Responsibility*. *Scientia Et PRAXIS*, 2(03), 27–43. <https://doi.org/10.55965/setp.2.03.a2>

Tejedor- Calvo, S. & Pérez-Tornero, J. (2014). *Guía de tecnología, comunicación y educación para profesores: Preguntas y respuestas*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/29369>

The Weather Company (2024). *Mapa del radar de Cartago, provincia de Cartago, Costa Rica [Imagen]*. The Weather Channel. Url. <https://weather.com/es-GT/tiempo/mapas/interactive//ef22fa55dca2b5e1288cfe454e27ce4e741957b944c12143b1c11633b36d99ee>

Trujillo-Torres, J., García-Sempere, P., Pertínez-Blasco, T., & Berral-Ortiz, B. (2023). *Transformando la educación a través de la tecnología: Innovación, investigación y aprendizaje digital*. Dykinson. <https://www-digitaliapublishing-com.ezproxy.itcr.ac.cr/a/131249>

Vargas, R. & Zaldivar Acosta, M. (2023). *Habilidades Blandas: una respuesta para la mejora de la atención de profesionales de la salud*. *Revista Española de Educación Médica*, 4(3). <https://doi.org/10.6018/edumed.576321>

Villalta-Benítez, E.; Riveres Montiel, T.; Ortega, R. & Serna, J. (2021). *Competencias digitales para emprendedores creativos*. <http://hdl.handle.net/20.500.14066/2811>

Villalobos-Zamora, R. (2018). *Enfoques y diseños de investigación social: cuantitativos, cualitativos y mixtos*. EUNED, Costa Rica.

ANEXOS

Anexo 1.

ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA A USUARIOS (EMPRESARIOS) EN EL USO DE LAS TIC ACERCA DE LA NECESIDAD DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN EN EL USO DE LAS TIC.

Datos informativos:

Nombres y apellidos del entrevistador:

Nombres y apellidos del entrevistado:

Lugar y Fecha:

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Constatar el nivel de conocimiento en el uso de las TIC, desde su propia percepción, para contribuir a la elaboración de un plan de capacitación en el uso de las TIC.

INDICACIONES:

Estimado(a) usuario(a) a continuación se le realizarán una serie de preguntas que considere responder con absoluta sinceridad y detalle, recuerde que no hay respuestas buenas, ni malas pero que sí serán consideradas como parte del levantamiento de información en pro del desarrollo de un plan de capacitación en el uso de las TIC.

Preguntas:

1. ¿Qué herramientas virtuales a su disposición reconoce usted? ¿con que frecuencia las utiliza?
2. ¿Considera usted, conocer el funcionamiento correcto de los equipos tecnológicos para el desarrollo de sus actividades, tales como laptop, computadoras y celular? Mencione el equipo tecnológico que domine.
3. En las actividades de su vida diaria, ¿Cuándo usted hace uso de las TIC como herramienta de estudio y trabajo?
4. ¿Cómo calificaría su dominio en el manejo de Microsoft office (Word, Google docs), hojas de cálculos (Excel, Google Sheets) y programa de presentación (PPT)? ¿Alguna vez ha recibido capacitación en este rubro?

5. ¿Ha tenido información alguna sobre la alfabetización digital? Actualmente, ¿estaría usted dispuesto a recibir información que lo empodere en el uso de las TIC? ¿Por qué?
6. Dada las competencias con relación al mercado de trabajo y a la capacidad educativa y cultural de utilizar Internet ya que se torna en un factor imprescindible. ¿Cuenta usted con acceso de banda ancha de internet o wifi los 365 días del año? ¿en qué actividades de su vida diaria emplea usted este recurso?
7. ¿Considera usted que el idioma inglés es relevante en la búsqueda de información y en el uso de las TIC? ¿Por qué?
8. ¿Cómo profesional técnico, está de acuerdo con el (DNC) Diagnóstico de las necesidades de capacitación? ¿Por qué?
9. ¿En qué áreas del Microsoft office ((Word, Google docs), hojas de cálculos (Excel, Google Sheets) y programa de presentación (PPT) considera usted que necesita mayor capacitación?
10. ¿Qué espera usted encontrar en un plan de capacitación en el uso de las TIC?, ¿Cuánto tiempo podría dedicarle?
11. ¿Cree usted que es importante evaluar sus conocimientos terminado el plan de capacitación? ¿Por qué?

Anexo 2.

Ítems	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en desacuerdo
Hago uso de las TIC en mi quehacer diario				
Poseo las fortalezas necesarias en el manejo de Microsoft Office (Word, Google Docs.) Hojas de Cálculo (Excel, Google Sheets) y Programas de Presentación (PPTX)				
Valoro el aporte en el uso de las TICS en lo académico y laboral				
Reconozco el aporte y presencia de las TIC en toda actividad humana				
Percibo que las condiciones y acceso al uso de las TIC son asequibles en mi caso.				
Estoy dispuesto a recibir información que me empodere en el uso de las TIC.				
Cuento con acceso de banda ancha de internet o wifi.				
Utilizo las herramientas de navegación por Internet y realizo con ellos tareas básicas de navegación por la Red: guardar direcciones en favoritos, recuperar direcciones del historial de navegación, etc.				
Cuento con competencias importantes en el idioma inglés.				
Estoy de acuerdo en participar en un plan de capacitación para el uso de las TIC.				
Estoy dispuesto a la apertura de nuevos cambios, mejoras y crecimiento personal, laboral y académico que se darán en mi vida diaria en el uso de las TIC.				
Cuento con un diagnóstico real que justifique la capacitación.				
Cuento con la debida información acerca de los métodos que se van a utilizar en el desarrollo de la capacitación.				
Reconozco mediante la evaluación la eficacia y los resultados obtenidos.				
Cuento con la disposición necesaria para el proceso en el desarrollo de la ejecución de la capacitación.				
Al término de la capacitación en el uso de las TIC. Tomaría la decisión de mi crecimiento personal y académico en Instituciones pedagógicas.				

Anexo 3

Diagnóstico de las habilidades informáticas básicas

Estimada persona a continuación se le realizarán una serie de preguntas que nos van a permitir establecer el conocimiento, dominio y necesidades en el uso de las tecnologías dentro de la actividad económica que usted realiza. Su participación **es voluntaria**. el completarlo le puede tomar unos **cinco minutos máximo**.

Datos generales de perfil social de la persona emprendedora

La presente sección recopila información general sobre la persona emprendedora o empresaria.

1.Nombre y apellidos: _____

2.Edad: _____

3.Género

Masculino

Femenino

Intersexo

Otro:

4.¿Cuál es su nivel educativo?

Primaria Completa

Primaria Incompleta

Secundaria Completa

Secundaria Incompleta

Universitario Completo

Universitario Incompleto

Otro: _____

5.¿Cuál es su nivel educativo más alto de las personas que trabajan dentro de su empresa y/o emprendimiento?

Primaria Completa

Primaria Incompleta

Secundaria Completa

Secundaria Incompleta

- Universitario Completo
- Universitario Incompleto
-

No tengo personas
empleadas

Otro: _____

6. Número de contacto: _____

7. Correo electrónico de contacto: _____

Datos sobre su emprendimiento y/o empresa

El siguiente apartado recoge información general sobre su emprendimiento y/o empresa

8. Nombre del emprendimiento y/o empresa: _____

9. Año de inicio de operación: _____

10. ¿Qué tipo de actividad comercial se dedica su empresa y/o emprendimiento? _____

11. ¿Cuál es la condición de su empresa y/o emprendimiento?

Cuenta con un local () Se desarrolla de manera virtual ()
Ambas ()

12. ¿En cuál distrito se ubica su emprendimiento y/o empresa?

San Rafael ()
Cot ()
Potrero Cerrado ()
Cipreses ()

Santa Rosa ()
Virtual ()

Perfil socio-tecnológico

Esta sección recopila información importante para establecer un perfil socio-tecnológico de los emprendedores.

13. ¿Cuáles son los equipos que mayormente utiliza en su emprendimiento y/ o empresa ?

Computadora ()

Tableta ()

Teléfono celular ()

Otro:

14. ¿Con qué frecuencia los utiliza los equipos?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Raramente

15. ¿Qué herramientas digitales utiliza con mayor frecuencia?

Ms Office

LibreOffice

Documentos de Google

Otro:

16. ¿Con qué frecuencia las utiliza?

Diario

Una vez a la semana

Una vez cada quince días

Una vez al mes

17. ¿Cómo califica el nivel de dominio de las herramientas antes mencionadas?

Básico

Intermedio

Avanzado

Ninguno

18. ¿Cuáles de las siguientes herramientas de navegación utiliza con mayor frecuencia?

Seleccione como máximo 3 opciones.

Edge

Google Chrome

Mozilla

Opera

Safari

Otro:

19. ¿Cuál de los siguientes sistemas de correos electrónicos utiliza con mayor frecuencia?

Seleccione como máximo 3 opciones.

Gmail

Yahoo Mail

Proton Mail

Chimpmail

Outlook

Otro: _____

20. ¿Cuál plataforma de comunicación por mensajes utiliza con mayor frecuencia?

Seleccione como máximo 3 opciones.

Whatsapp

Telegram

Line

Signal

Facebook Messenger

Skype

Viber

Threema

Wire

Discord

Otro: _____

21. ¿Cuáles redes sociales utiliza para promocionar su emprendimiento y/o negocio?

Seleccione como máximo 3 opciones.

Facebook

Instagram

Twitter (X.com)

TikTok

Otro: _____

22. ¿Cuáles herramientas de diseño gráfico ha utilizado dentro de su emprendimiento y/o empresa?

PowerPoint

Publisher

Photoshop

Illustrator

Canva

Sketch

Inkscape

Figma

Gimp

CorelDraw

Photopea

GIMP

Krita

Pixlr X

Ninguna

Otra: _____

23. ¿Cuáles herramientas de Inteligencia Artificial ha utilizado dentro de su emprendimiento y/o empresa?

PicsArt

Microsoft Designer

Microsoft Copilot

Imagine AI Art Generator

DALL-E	Craiyon	Pikaso	Ninguna
Ideogram	DeepAI	StarryAI	Otra:
Venice AI	Dream Studio	Artbreeder	_____
LimeWire	Leonardo AI	Canva	

24. ¿Cuál es su nivel de uso de herramientas de diseño gráfico?

Básico Intermedio Avanzado No manejo estas herramientas

25. ¿Cuál es su nivel de uso de herramientas de inteligencia artificial?

Básico Intermedio Avanzado No manejo estas herramientas

26. ¿Tiene conocimiento en cómo crear un sitio web para su empresa y/o emprendimiento? Opción única.

Si No

27. ¿Tiene conocimiento en cómo gestionar un sitio web para empresa y/o emprendimiento?

Si No

28. ¿Cuál de las siguientes opciones de capacitaciones le resultan importantes para mejorar la gestión de su emprendimiento y/o empresa?

Word	Marketing digital	Power Point	Google
Redes sociales	Creación de sitios Web	Excel	Otro: _____
Búsqueda de información relevante	Gestión de sitios Web	Outlook	
		Project	

29. ¿En el último año ha recibido alguna capacitación relacionada con el uso de las herramientas mencionadas anteriormente?

Si No

30. ¿Cuántos tiempo está dispuesto a invertir para la capacitación?

Tres veces por semana Una vez por semana
 Dos veces por semana Otra: _____

31. ¿Cuántas horas por semana puede invertir en la capacitación?

12 horas por semana

8 horas por semana

4 horas por semana

Otra: _____

32. ¿Cuál modalidad de capacitación le resulta mejor? Presencial

Virtual

Bimodal

Otra: _____

33. ¿Cuántas personas de su emprendimiento y/o empresa participarían de la capacitación?

De 1 a 5 personas

De 6 a 18 personas

De 19 a 30 personas

De 31 a 100 personas

Otra: _____

¡Muchísimas gracias por su colaboración!

La información que usted ha suministrado es de carácter discrecional será utilizado por el TEC para elaborar una propuesta de capacitación en habilidades informáticas que responda a las necesidades detectadas. Parte de los resultados será presentados en diciembre del 2024 en el TEC-Cartago

Atentamente,

Fernando Mora Bonilla Escuela de Educación Técnica Instituto Tecnológico de Costa Rica.