

FORMULARIO INFORME FINAL

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE PROYECTOS COVID-19

Tipo de proyecto:

Investigación:

☐

Extensión:

☒

Nombre de la propuesta: Mejorando la calidad, productividad y competitividad de emprendimientos y Pymes en la Región Caribe de Costa Rica

Eje estratégico:

Emprendedurismo, Bienestar social y reactivación de la economía nacional

Coordinador:

Lic. Manuel Masís Jiménez, M.B.A.

Colaboradores:

Ing. Diógenes Álvarez Solórzano, M.B.A.

D.I. Mario González Ramírez, M.Eng.

Ing. Alfonso Navarro Garro, M.Sc.

Ing. Carlos Espinoza Gutiérrez, M.B.A.

Estudiantes Asistentes:

Elías Quirós Madrigal, Agronegocios

Diane Álvarez Jiménez, Producción Industrial

Esmeralda Jiménez Espinoza, Agronegocios

Resumen ejecutivo:

El proyecto buscó solventar problemas de seguridad laboral, productividad, organización y detectar los problemas relacionados con la concepción y desarrollo de productos presentes en las actividades artesanales en las PYMES participantes. Los productos que desarrollan los emprendimientos son a base de cacao, bambú y panadería, dicho proyecto abarcó diferentes temáticas con el fin de evitar accidentes del trabajo producto de instalaciones dañadas, manejo de máquinas, equipos. Además, de identificar las buenas prácticas seguras de trabajo, y mejorar los aspectos de productividad, organización, y de la calidad de sus productos; lo cual les permitirá mejorar la eficiencia, la calidad y sobre todo la reducción de costos en los procesos productivos.

El sector beneficiado fueron PYMES dedicadas a la producción de cacao, pan y bambú, todas ellas ubicadas en la zona del Caribe, con capacidades disminuidas auditivas (sordera), además de la problemática económica existente con anterioridad y agudizada en este año 2020 por la pandemia.

La estrategia de abordaje, se dió mediante la organización con un grupo interdisciplinario de las escuelas de Seguridad Laboral e Higiene Ambiental, Producción Industrial, Agronegocios y Diseño Industrial, generando reuniones semanales, en las cuales se analiza la situación de cada una de las organizaciones (PYMES) participantes.

Inicialmente se hizo una visita al sitio de cada una de las organizaciones para conocer las diferentes necesidades. Posteriormente identificadas las necesidades, se procedió a ofrecerles (impartir) una serie de charlas en campo de la seguridad laboral, del diseño industrial.

Dentro de los productos obtenidos se logró dar información y una serie recomendaciones en el sitio para mejorar los aspectos de seguridad laboral, tanto de infraestructura como las buenas prácticas de seguridad en los talleres para la prevención de accidentes, del diseño de productos en el área del diseño y posicionamiento de marca y manejo de redes sociales para la divulgación y mercadeo de la marca y del producto.

En cuanto a las lecciones aprendidas:

- ✓ Ofrecer capacitación a trabajadores sordos es una experiencia de crecimiento profesional.
- ✓ El organizar pequeñas empresas con grandes necesidades en los campos de la gestión de la seguridad laboral y otros campos producción, administración y diseño de los productos elaborados.
- ✓ Se ofreció una charla para cada una de las PYMES participantes del proyecto, esto con el fin de crear capacidades en el campo de la gestión administrativa.
- ✓ Se ofreció una charla para cada una de las PYMES participantes del proyecto, esto con el fin de crear capacidades en el campo de la seguridad e higiene del trabajo.
- ✓ Capacitar a los participantes en el tema del concepto y manejo de sus productos, para desarrollar una visión en cuanto a la comercialización de estos.
- ✓ Ayudar a entender a diferenciar entre sus habilidades, conocimientos técnicos y la capacidad para comercializar sus productos.
- ✓ La necesidad de desarrollar un concepto de producto y de una marca.

Cuadro de alcance de objetivos:

Objetivo específico	Actividades ejecutadas	Productos obtenidos
1. Determinar el equipo de trabajo para desarrollar la estrategia de abordaje del proyecto PYME Atlántico	Conformación equipo expertos	Equipo conformado: Diógenes Álvarez Solórzano, Mario González Ramírez, Alfonso Navarro Garro, Carlos Espinoza Gutiérrez, Manuel Masis Jiménez, Elías Quirós Madrigal, Diane Álvarez Jiménez, Esmeralda Jiménez Espinoza.
	Reuniones semanales para el análisis y abordaje de las necesidades de las organizaciones participantes. Se realizaron 20 reuniones de las cuales se generaron 20 minutas en las cuales se resumen las diferentes actividades desarrolladas en el proyecto.	Identificación de las necesidades en materia de Seguridad y Salud Ocupacional. Diagnóstico de los problemas que presentan los productos elaborados por las Pymes participantes. Plan de acción para desarrollar las actividades. (ver apéndice Plan de Acción). Elaboración de materiales para las charlas en materia de Gestión Administrativa, Seguridad y Salud Ocupacional, diseño de producto y marca y manejo de redes sociales para la divulgación
2. Caracterizar las necesidades de recursos, inversiones, capacitación y otros del sector, para diseñar soluciones inmediatas y prioritarias	Inscripción de participantes	
	Caracterización de los procesos que se desarrollan en participantes	Diagnóstico de necesidades en materia de Gestión Administrativa, Seguridad e Higiene en los centros de trabajo de las Pymes participantes. Además, diseño de producto y marca y manejo de redes sociales para la divulgación
		Diseño de listas de control.
	Organización de grupos de trabajo	Un grupo realiza el diagnóstico de los locales y su funcionamiento de las Pymes. Además de evaluar el tema de gestión administrativa. Otro grupo se organiza para montar las diferentes charlas de Seguridad e Higiene, en las cuales participan estudiantes asistentes. Otro grupo de enfocó en diseño de producto y marca y manejo de redes sociales para la divulgación.
	Aplicación de listas de control	Listas de control elaboradas para cada grupo.

	Sesiones conjuntas empresarios-expertos.	Charlas a los integrantes de cada una de las organizaciones participantes en los temas de gestión administrativa y seguridad e higiene. (Ver apendices).
	Contacto con un experto en el problema prioritario detectado, diseño de marca y manejo de la comunicación y divulgación de los productos.	Capacitación en Diseño de Marca y Estrategia de Comunicación
3. Socializar soluciones conjuntas con el sector abordado, para medir impactos posteriores a su implementación	Presentación de mejoras en las empresas.	Herramientas para evaluar las condiciones de Seguridad e Higiene (Lista Comprobación Ergonómica OIT, Listas de chequeo elaboradas por el usuario de las Pymes y Evaluación del Riesgo bajo el principio de Probabilidad y Consecuencia Baja-Media-Alta)
	Acompañamiento para implementación de mejoras complejas.	Se dan recomendaciones de Gestión Administrativa, Seguridad e Higiene en los locales de trabajo, directamente a los participantes y dueños de locales de las Pymes, además la identificación de riesgos en máquinas, equipos y herramientas de trabajo peligrosas.
4. Integrar un informe de resultados, para medir la importancia de la continuidad del proyecto	Elaboración informe de cierre	Informe final.

Ejecución presupuestaria:

En el siguiente cuadro se muestran los datos de ejecución presupuestaria:

Presupuestado	Ejecutado	%de ejecución
₡ 1 580 000,00	₡ 1 333 812,00	84,42%

El faltante en la ejecución se debe a que inicialmente se pretendía hacer las capacitaciones de manera presencial, por lo que se presupuestó en materiales, viáticos y combustibles. Sin embargo, al pasar por un momento difícil de la pandemia durante el desarrollo del proyecto, se desarrollaron las capacitaciones entregando material virtual y otra de manera totalmente virtual, por lo que no se ejecutó en esos rubros.

Valoración general de los resultados obtenidos

- ✓ Se realizó un listado general de empresas micro y PYMES de la zona Atlántica, se fijan criterios de selección y se seleccionan aquellas que tienen un mayor impacto social o que se esfuerzan por aprovechamiento de los recursos que se producen en la zona en forma más democratizada; como el cacao.
- ✓ Se realizaron contactos con cada representantes de las pequeñas empresas y se coordinó una visita para realizar el diagnóstico correspondiente.
- ✓ Se revisó la metodología de diagnóstico y se organizó el diagnóstico.
- ✓ Se ejecutó el diagnóstico y se complementa con la metodología de diagnóstico. Esto fue necesario por la carencia de una empresa con instalaciones, sin divisiones funcionales y otras carencias propias de emprendimientos y microempresas.
- ✓ En forma general se detectó un fuerte impacto de reducción de la demanda de productos de todas las empresas y algunos casos una demanda nula y paro de operaciones; tal es el caso de Las Amazilias; empresa organizada por mujeres de la zona de Guácimo, dedicada a la producción de chocolates con cacao 100%.
- ✓ Otros aspectos detectados en el diagnóstico fueron la falta capacidad de mercadeo de productos, la producción dependiente de un solo producto, la carencia de instalaciones y equipo apropiado, falta de condiciones de seguridad, la ausencia de imagen de marca; así como el no uso de mercadeo por internet y falta de páginas Web con interacción con clientes.
- ✓ Con base en el diagnóstico, se realizaron sesiones de análisis y se establecen prioridades para apoyar a estas empresas.
- ✓ Se determinó prioritario brindar capacitación general en los temas de Gestión Administrativa, Seguridad e Imagen de marca de los productos, además se determinaron las necesidades en dichos temas.
- ✓ Se planeó una segunda etapa de capacitaciones con interacción con los encargados de cada empresa para una segunda etapa del proyecto.
- ✓ Se inició con planeación de apoyos para el desarrollo de imagen de marca de productos de las empresas y con lo que sería el desarrollo de la segunda etapa del proyecto para intervención con apoyos específicos por empresa.
- ✓ Se ejecutaron las charlas en el campo de la Gestión Administrativa y Seguridad y Salud Ocupacional
- ✓ Con la charla de gestión administrativa se busca crear capacidades para que los mimos propietarios de Pymes tomen las acciones administrativas para desarrollar de mejor manera la gestión administrativa.

- ✓ Con la charla de seguridad e higiene se busca crear capacidades para que los mismos propietarios de Pymes tomen las medidas de prevención ante los riesgos con que cuentan en sus procesos productivos.
- ✓ Se identificó la forma en que se conciben los productos, los cuales se basan en sus destrezas, habilidades técnicas y conocimientos para la elaboración de los mismos, pero no son conscientes de la comunicación y divulgación de sus productos y marcas.
- ✓ Se detectó que el aspecto que influye en el poco éxito en la comercialización de sus productos, es que basan en sus habilidades técnicas y conocimientos para elaborar sus productos y creen que es suficiente para tener clientes, y dejan por fuera por su falta de concientización y conocimientos en comunicación y divulgación de sus productos y marca.
- ✓ Se impartió una charla con el objetivo de capacitarlos en el tema de diseño de marca y estrategia de comunicación.
- ✓ La principal recomendación que surge a raíz de este proyecto es que se puede desarrollar una segunda fase del mismo donde se pueda profundizar con las empresas los diferentes temas expuestos y a la vez darles un acompañamiento que es muy necesario para la adecuada gestión de las pymes, el mismo no es posible llevarlo a cabo en 6 meses de duración de este proyecto.

Fecha de entrega

Firma de coordinador

Apéndices

Link presentación Seguridad e Higiene y diseño de marca y estrategia de comunicación
https://tecnube1-my.sharepoint.com/:f/g/personal/alnavarro_itcr_ac_cr/Em1JkZ1r_khGhdbIYq2vd8EBRMWPti3iD04-3wDLctdr3A?e=1oDopk

Link presentación Gestión Administrativa https://tecnube1-my.sharepoint.com/:b/g/personal/manuel_masis_itcr_ac_cr/EUnk2kiv7IVCtsAWZx89fBEB30XqNHolnh2T3MU0VKnv3g?e=ZGiPyV

Resumen de la capacitación Diseño de Marca y Estrategia de Comunicación.

Diseño de marca y estrategia de comunicación, con el objetivo de capacitar sobre la importancia de establecer y visibilizar la marca de un producto de acuerdo con el quehacer de la empresa y la calidad manejada por la empresa, y el desarrollo de una estrategia de comunicación de la marca, los productos, la comercialización y la atención personalizada del cliente, todo esto basado en el manejo de las redes sociales. Esto último como método para la comunicación e información que se ajusta a las PyMES, por su baja inversión económica y su eficacia para llegar directamente al público meta.

Dentro de lo que se desarrolló para crear conciencia en los participantes, fue el concepto y definición de una marca para sus productos, así como su importancia para el manejo del negocio y como se desarrolla y funciona una marca, esto con ejemplos de trabajos realizados para la creación de una marca. Donde se les mostró el proceso de creación de marca. Así como también el concepto de estrategia de comunicación a través de redes sociales y canales de comunicación, mostrando a través de ejemplos prácticos como empresas PyMES han desarrollado y llevado a cabo su estrategia de comunicación utilizando estos medios implementando los principales aspectos para la comunicación del negocio para redes sociales.

Y como punto final se les brindó a los participantes un listado de material de consulta, con su respectiva referencia digital para que lo tenga a mano para su consulta.

DIAGNÓSTICO DE LAS EMPRESAS:

Informe de actividades II semestre 2020.

1. Recopilar información de empresas.
2. Seleccionar empresas participantes.

3. Planeación de visita a empresas.
4. Visita a empresas.
5. Recopilación de información-diagnóstico.
6. Revisión de Diagnósticos por empresas. (actividad del equipo del proyecto)
7. Planeación de capacitaciones.
8. Inicio de capacitaciones: Se ejecutaron 3 capacitaciones.
9. Priorización de necesidades de cada empresa.
10. Planeación de apoyos requeridos por empresas.

INFORME DE VISITA A EMPRESAS:

1. PANADERIA 3 G

Ubicación Geográfica: Barrio. Guápiles.

Propietario: Miguel Masís tel. 882 52 662

Tipo de Local: Propio (cochera).

Área: 18 m²

Productos Principales: pan Baguette, manitas, bonetes, queques.

Producción actual: ninguna. Paralizado desde hace 6 meses.

Áreas de oportunidad: Muestra oportunidad de mejora en todas las áreas de gestión empresarial y especialmente en la parte comercial. Imagen de productos, marca y comunicación, mercadeo.

a. Fortalezas:

Conocimientos y capacidad en procesos de pastelería y panadería.

Perseverancia y compromiso.

Cero endeudamiento.

Capacidad de inventiva en desarrollo de productos

b. Problemas principales:

Dependencia de un solo producto (baguette).

Falta de mercadeo y cadena de ventas.

Pocos productos.

Desconocimiento de costos y márgenes de ganancia.

Métodos de trabajo.

c. Priorización de necesidades:

- a. Imagen de marca, comunicación, mercadeo y comercialización.
- b. Apoyo para distribuir sus productos.
- c. Brochures publicitarios de productos.
- d. Imagen de marca.
- e. Moldes y herramientas.
- f. Pisos y paredes de cerámica para facilidad de limpieza y renovación de permisos sanitarios de funcionamiento.
- g. Estudio de costos.
- h. Asesoría en precios y comercialización.

2. FÁBRICA DE CHOCOLAES AMAZILIA

Ubicación Geográfica: La Roxana, Guácimo.

Propietario: 7 mujeres emprendedoras.

Contacto: Sra. Maribel; Rosibel, Marcela.

Tipo de Local: Comunitario, aportado por INDER.

Área: 160 m².

Productos Principales: Chocolates, Bombones.

Producción actual: Ninguno, paralizado 100% desde hace 6 meses. Esto por la COVID-19. Caída en ventas de cadena dedicada a atención de tures y turistas.

a. Áreas de oportunidad:

Muestra oportunidad de mejora en todas las áreas de gestión empresarial y en especial en Mercadeo y Comercialización de sus productos.

b. Fortalezas:

Trabajo en equipo.

Capacidad de producción.

Cuentan con equipo básico.

c. Problemas principales:

Comercialización y administración.

- a. Dependencia de un solo producto de precio elevado.
- b. falta de cadena de ventas.

- c. Poco valor agregado.
- d. Dependencia de un solo proveedor.

Producción y Administración.

- a. Estudio de costos de producción.
- b. Aseguramiento de Calidad.
- c. Ampliar área de planta de Proceso.
- d. Ampliar cámara de almacenamiento de Productos y bodega de materia prima.
- e. Estudio de costos y márgenes de ganancia.
- f. Métodos de trabajo.

d. Priorización de necesidades:

Mercadeo y Comercialización.

- a. Apoyo para vender sus productos.
- b. Desarrollo de productos de bajo precio.
- c. Brochures publicitario de producto.
- d. Estudio de costos.
- e. Asesoría en precios y comercialización.

Producción y Administración.

- a. Estudio de costos de producción.
- b. Aseguramiento de Calidad.
- c. Ampliar área de planta de Proceso.
- d. Ampliar cámara de almacenamiento de Productos y bodega de materia prima.

cerraron en forma definitiva.

3. MUEBLERÍA DE BAMBÚ.

Ubicación Geográfica: Barrio Moín, Limón.

Propietario:

Contacto:

Tipo de Local: Propio.

Área: 16 m² + área externa de almacenamiento de materiales y proceso de curado.

Productos Principales: En Bambú: Muebles de sala, muebles de comedor, estantes y otros. En madera: Muebles de cocina, roperos y variados.

Producción actual: Muebles de madera. Casi paralizado desde hace 5 meses. Esto por la COVID-19 y por no disponibilidad de Bambú/Japdeva.

a. Áreas de oportunidad:

Muestra oportunidad de mejora en todas las áreas de gestión empresarial y la parte comercial.

b. Problemas principales:

Comercialización y Administración.

- a. Falta de cadena de ventas.
- b. Poco valor agregado.
- c. Dependencia de un solo proveedor de materia prima (bambú Guada).

Producción y Administración.

- a. Dependencia de una sola Materia Prima; el bambú Guada..
- b. Aseguramiento de Calidad.
- c. Ampliar área de planta de Proceso.
- d. Ampliar bodega de materias primas.
- e. Estudio de costos y márgenes de ganancia.
- f. Métodos de trabajo.
- g. Normas y equipos de seguridad.

c. Priorización de Necesidades:

Mercadeo y Comercialización.

- a. Apoyo para vender sus productos.
- b. Brochures publicitario de productos (dispone de una idea base).
- c. Imagen de marca.
- d. Seguridad e higiene Ocupacional.
- e. Herramientas.
- f. Asesoría en precios y Comercialización

Producción y Administración.

- a. Estudio de Costos de Producción.
- b. Aseguramiento de Calidad.
- c. Ampliar área de planta.
- d. Ampliar bodega de materia prima.

4. EMPRESA DE CHOCOLATES G&E CHOCOLATES.

Ubicación Geográfica: Frente a Muelle de Cruceros, Limón centro.

Propietario: George Grantt.

Tipo de Local: Alquilado.

Área: 1500 m2 + área externa finca par secado de cacao.

Productos Principales: Chocolates, Chileras, Salsas, Bebidas Naturales envasadas, y otros.

Producción actual: Comercialización de Producto y artesanías, Productos de Convenio con Café Britt.

Casi paralizado desde hace 6 meses. Esto por la COVID-19 no ingreso de turistas.

A. Áreas de Oportunidad:

Muestra oportunidad de mejora en todas las áreas de gestión empresarial y en especial manifiesta que Diseño de algunos equipos y Proceso de Producción del Cacao.

B, Fortalezas:

Marca conocida en Merado Nacional.

Buen Gestión Administrativa.

Capacidad de inventiva en desarrollo de productos.

Problemas principales:

Comercialización y Administración.

- a. Falta de cadena de ventas.
- b. Poco valor agregado.
- c. Dependencia de un solo proveedor.

Producción y Administración.

- a. Dependencia de maquilado de productos.

- b. Estudio de costos de producción.
- c. Aseguramiento de Calidad.
- d. Ampliar área de planta de Proceso.
- e. Ampliar cámara de almacenamiento de Productos y bodega de materia prima.
- f. Estudio de costos y márgenes de ganancia.
- g. Métodos de trabajo.

Priorización de Necesidades:

Mercadeo y Comercialización.

- a. Apoyo para vender sus productos.
- b. Brochare publicitario de productos (dispone de una idea base).
- c. Imagen de marca.
- d. Ampliar local.
- e. Asesoría en Diseño de Equipos ´ para Procesamiento del Cacao.
- f. Herramientas.
- g. Estudio de Costos.
- h. Asesoría en precios y Comercialización.

5. Entrevista a representante de Cooperativa Coopecacao Afro R.L.

Conversación con el Sr. Jesús Araya Ortega, Edgar Campbell.

Ubicación Geográfica: Cahuita, Puerto Viejo, Limón.

Propietarios: Cooperativa de Productores de Cacao Caribe Sur. 30 socios.

Tipo de Local: Alquilado..

Área: 1000 m² + área externa finca par secado de cacao.

Productos Principales: Cacao en grano, Pasta de Cacao, manteca de Cacao y otros. Se vende grano seco.

Producción actual: Ninguna. Totalmente paralizada desde hace 6 meses. Esto por la COVID-19, caída de demanda de fabricantes de Chocolates y reposterías, asociadas a cadenas del turismo.

a. Áreas de Oportunidad:

Muestra oportunidad de mejora en todas las áreas de gestión empresarial; principalmente en canales de Comercialización.

b. Fortalezas:

Empresa conocida en Zona Atlántica y mercado internacional.

Capacidad de grupo de apoyo de socios.

Disponibilidad de materia prima (fruta)

c. Problemas principales:

Comercialización y Administración.

a. Falta de cadena de ventas.

b. Poco valor agregado en venta de cacao en grano.

Producción y Administración.

a. Acceso a financiamiento.

b. Estudio de costos de producción y márgenes de ganancia.

c. Aseguramiento de Calidad.

d. Ampliar cámara de almacenamiento de Productos y bodega de materia prima.

d. Priorización de Necesidades:

a. Mercadeo y Comercialización.

b. Apoyo para vender sus productos.

c. Brochures publicitario de productos.

d. Imagen de marca.

e. Asesoría en precios y Comercialización.

PLANEACIÓN DE CAPACITACIONES

1. SENSIBILIZACION.

2. GESTION ADMINISTRATIVA.

3. ADMINISTRACION DE UNA PYME.

4. SEGURIDAD LABORAL E HIGIENE AMBIENTAL.

5. CREACION DE IMAGEN EMPRESARIAL.

Ruta del planeamiento.

