



ULACIT
UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
COSTA RICA

Proyecto

Emprendurismo Social

Título

Rescatemos nuestras raíces afrodescendientes

Curso

Seminario de Graduación

Profesora

María Vanessa Zamora González

Estudiante

Shantely Shirley Scott Norman

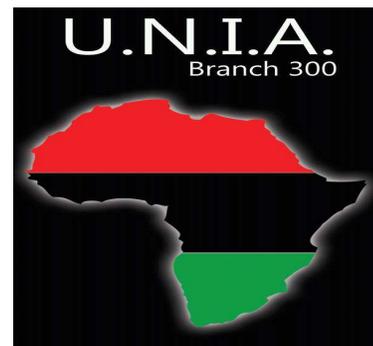


TABLA DE CONTENIDO

Capítulo I

Resumen Ejecutivo.....	5
Abstract.....	5
Introducción.....	7
Objetivo general.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Justificación.....	8
Problema.....	9
Pregunta.....	9
Hipótesis.....	9
Alcances.....	9
Limitaciones.....	10

Capítulo II: Marco teórico

Historia.....	12
Misión.....	13
Visión.....	14
Organigrama.....	14
Actividades.....	14

Logros.....	15
Población.....	15
Contactos.....	15
Emprendimiento	
Historia.....	16
Precursores.....	17
Países.....	18
Término o concepto.....	18
Persona emprendedora.....	19
Emprendimiento social.....	20
Cultura	
emprendedora.....	21
Proceso	
emprendedor.....	22
Sostenibilidad del emprendimiento.....	22
Plan de Negocios.....	22
Estrategia de Comunicación.....	23
 <i>Capítulo III: Marco metodológico</i>	
Tipo de investigación.....	26
Enfoque.....	28
Población.....	29

Fuentes.....	29
Variables.....	30
Cuadro de variables.....	31
Capítulo IV: Análisis de datos	
Tabulación.....	33
Interpretación.....	36
Análisis FODA.....	36
Capítulo V: Plan de negocio	
Carrera atlética.....	40
Eventos culturales.....	43
Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones	
Conclusiones.....	45
Recomendaciones.....	47
Bibliografía.....	48
Anexos.....	49

Resumen Ejecutivo

Con este proyecto se desea conocer si por medio de la elaboración de un plan de negocio se podrá lograr la autosuficiencia de la Asociación Universal Negro Improvement Association (UNAI); junto con una investigación muy bien detallada y desarrollada de cada procedimiento para lograr su fin. Además, se quiere saber a qué segmento de la población afrodescendientes se va a dirigir las actividades y con estos resultados definir los puntos estratégicos para asegurar una respetable participación. Otro de los objetivos es conocer las preferencias de la población y los miembros de la asociación de tal forma que se puedan realizar actividades con las características que ellos deseen.

Debido a que existen varias carreras atléticas, las personas suelen participar muy a menudo a esta nueva tendencia. Por esta razón, se asegura la efectividad de la carrera. En cuanto a los desfiles de atuendos africanos no es algo que se ve muy continuamente.

Este proyecto se basa en desarrollar el término Emprendurismo social, por lo tanto se pondrá en práctica por medio del plan de negocio que se realizó donde se detalló en primera instancia si son factibles para la asociación.

La palabra clave de este proyecto es autosuficiente. En un entorno como la asociación en permanente evolución tiene que ser capaz de enfrentar nuevas realidades, con el objetivo de lograr la autosuficiencia y el momento es ahora.

Abstract

The objective of this project is to know if by elaborating a plan of action alongside with a keen investigation and developed procedures the Universal Negro Improvement Association (U.N.A.I) will be able to reach to be self-sufficient. Also to know what segment of the afro-descendent population these activities will be directed to, and with the results we will define strategic points to ensure we will have a decent participation.

Another objective is to know the preferences of that population and the members of the association in order to make activities with the characteristics of their choice. Because there are various athletic races people often participate in

this new tendency. That's the reason why the effectiveness of the race is assured by the means of the parade with the African outfits which is something people don't see that often. This project is based on developing the term "social entrepreneurship" so it will be put in practice by the plan of action that was previously established in which it was determined it could be applicable to the association.

The keyword of this project is the word "self-sufficient. In an environment of continuous evolution like that of the association's, it must be capable of facing new realities with the objective of acquiring "self-sufficiency and the moment are now.

Introducción

El Emprendurismo social es un tema que pocos conocen. Se trata de un modelo donde el objetivo principal es contribuir al desarrollo de las regiones a través del apoyo a las comunidades, organizaciones, instituciones o asociaciones.

Pocas universidades han optado por este modelo de enseñanza como nueva manera de formar profesionales. ULACIT es caracterizada y reconocida como la mejor universidad privada en Centroamérica, una de las causas para ser elegida como una de la mejor por el este modelo.

La vigente investigación se ha elaborado como requisito académico del curso Seminario de Graduación con el objetivo de aprender e implementar el Emprendurismo social. En esta ocasión, se pretende ayudar a una asociación o fundación que sea autosostenible o autosuficiente. Además, todos los pasos y los requerimientos que tienen que ser tomados en cuenta una vez que este se está desarrollando.

El objetivo principal de esta investigación es lograr que la Asociación UNIA (por sus siglas en inglés) pueda ser autosuficiente para lograr solventar sus necesidades y dejar de depender de las donaciones o los patrocinadores. La elección de esta Asociación nace por la pérdida de valores y cultura afro en Costa Rica.

Con base en las necesidades que se presentan con lo que sucede con UNIA, se analiza y se desarrolla el presente proyecto evaluando y analizando cada punto relevante surge la idea de ayudar a crear actividades lucrativas.

Se espera que la investigación ofrezca datos importantes y favorables que brinden los requerimientos que se necesitan, sus debilidades sus fortalezas y datos que involucran desde lo financiero hasta la implementación.

El marco teórico, que fundamenta esta investigación, proporciona una mejor comprensión de lectura y una idea más clara acerca de este tema. Se concentrarán los conceptos muy básicos, los complementarios y específicos. Estos conceptos son necesarios para el entendimiento de este proyecto.

Este trabajo también cuenta con un marco metodológico, que permitió desarrollar el presente trabajo incluyendo el tipo de investigación, enfoque, fuente y variables que se utilizarán para llevar a cabo la indagación para responder al problema planteado.

Objetivo general

- Lograr de la Asociación la integración y aceptación mayoritaria de la población costarricense de la cultura negra, para incrementar nuevas actividades educativas, culturales y socio deportivas para el desarrollo autosuficiente de la asociación en el 2014.

Objetivos específicos

- Elaborar un análisis FODA para conocer las fortalezas y las debilidades de la Asociación actualmente.
- Determinar el porcentaje de personas que conocen la Asociación para el desarrollo las actividades afro.
- Impulsar métodos y estrategias de comunicación para desarrollar el plan de negocios que permita la autosuficiencia económica.

Justificación

Costa Rica es un país con buena reputación internacional por sus tres culturas diferentes: la europea, la amerindia y la africana.

La situación actual de la comunidad negra está en crisis socioeconómica. La provincia caribeña cuenta con la más grande tasa de analfabetismo. Cada vez más niños nacen fuera del matrimonio, la región atlántica a pesar que cuenta con el puerto más importante del país donde se maneja más del 75% de las importaciones y las exportaciones del país, sin embargo surge un alto grado de desempleo.

La crisis por la cual pasa esta provincia, antes mencionada, conlleva a muchas personas a evacuar a la zona metropolitana en busca de mejores empleos y una educación superior y con esta evacuación se lleva a la pérdida de cultura.

El proyecto tiene como objetivo colaborar y brindar ayuda con la asociación escogida (Universal Negro Improvement Association) con una alternativa

distinta y novedosa logrando ser autosuficiente. Cuenta con una gran ventaja por ser la única Asociación que ayuda a las personas afrodescendientes y su cultura en Costa Rica. El reconocimiento, por parte de la sociedad, por medio de este proyecto, será posible mediante la asociación para las personas afro y la recuperación de la cultura.

Con base en lo anteriormente mencionado se pretende analizar la facilidad y la rentabilidad de este proyecto. De esta manera, se determinará cuán acertada y exitosa será su creación

Problema

El problema central por el cual atraviesa en estos momentos la asociación se centra en el sector económico, lo que constituye una gran limitante para el progreso y desarrollo de UNIA, pues muchos proyectos no se han podido llevarse a cabo por faltante de liquidez y se limita a realizar sus proyectos y avanzar en aquellos en los cuales han iniciado.

Pregunta

¿Es factible la realización de actividades económicas para obtener ganancias que permitan volver autosuficiente a UNIA?

Hipótesis

Con el desarrollo de un Plan de negocio en la UNIA se logrará resolver parte de la situación económica por la que se enfrenta para tornarla autosuficiente y se captará la mayor cantidad de la población afrodescendiente en Costa Rica para promover la participación activa dentro de la Asociación.

Alcance

- Lograr realizar cada una de las actividades que se programarán con el fin de obtener los recursos económicos.
- Conseguir la influencia de la asociación en la comunidad para el reconocimiento de la población afrodescendiente.

- Poder aprovechar al máximo las ventajas de la Asociación para sacar su máximo provecho y sus debilidades para poder fortalecerlas.

Los aspectos puntuales que comprende la investigación están referidos al conocimiento de la asociación y ser autosuficiente para poder proveer sus necesidades básicas.

Limitaciones

Las presentes limitaciones comprende la investigación:

- La limitación más importante será el tiempo requerido para desarrollar la investigación.
- La distancia geográfica entre la investigadora y las oficinas de la Asociación.
- La poca información en internet sobre la asociación.
- Disposición por parte de los empleados en brindar información o disposición de tiempo por parte de ellos por sus ocupaciones laborales.

CAPÍTULO II



Edificio Black Star Line

Historia

Según la página Taringa (2011), Marcus Mosiah Garvey nació el 17 de agosto de 1887 y murió el 10 de junio de 1940, fue un editor, periodista y empresario jamaicano y fue el fundador de la Asociación Universal para la Mejora del Hombre Negro (UNIA por las siglas en inglés).

Esta misma página sigue describiendo algunos de los sucesos de ese entonces que lleva a Garvey a luchar por la igualdad y los derechos de las personas negras. La gente, a menudo, piensa que no puede hacer mucho para enfrentarse a las injusticias. Marcus Garvey no lo creía así. Tuvo ideas claras sobre cómo había que combatir la discriminación de los negros. Vivió toda la vida trabajando para realizar un sueño. En el siglo XIX, cientos de personas murieron luchando contra la esclavitud. El gobierno tuvo que abolirla e implementó medidas para aliviar las condiciones de vida de la población: se crearon los primeros dispensarios médicos y escuelas. Así, las condiciones mejoraron, pero la vida seguía siendo muy dura para la clase trabajadora. La economía dependía de las exigencias de la metrópoli (Gran Bretaña): se cultivaba café y plátano

Según Taringa (2011), en 1907 un fuerte terremoto azotó la ciudad de Kingston, murió mucha gente; otros quedaron sin casa. El año siguiente hubo una huelga en la imprenta donde Garvey trabajaba como gerente. Él la secundó y por ello fue despedido. Sin embargo, lo llamaron de la imprenta del gobierno imperial y consiguió así un mejor puesto. En esta época empieza a militar en un grupo político, el National Club, que pedía la independencia de Jamaica. Para entonces, muchos jamaicanos, al tener salarios muy bajos o al no conseguir trabajo, emigraban a otros países de Latinoamérica. Trabajaban en la caña de azúcar o en las plantaciones de plátano o bien en la construcción del canal de Panamá. Garvey fue a trabajar con su tío a Costa Rica, donde encontró trabajo en una plantación de plátano. Allí, los trabajadores no gozaban de algún beneficio social y él empezó una campaña para pedir mejoras sociales a través de la unión en sindicatos.

También, se ocupó de fundar periódicos para escribir sobre las condiciones de vida de los trabajadores. En Costa Rica, la publicación se llamó La Nación, en

Panamá era La Prensa. A raíz de sus actividades fue expulsado de Costa Rica, así visitó Nicaragua, Guatemala, Ecuador, Venezuela y Colombia. Garvey quería que los hijos de los esclavos estuvieran orgullosos de ser negros, y que fueran tratados como iguales, así fundó una organización llamada "Asociación universal para La mejora de los negros" el lema era:

"Un Dios, un deber, un destino".

Lawrence (2014) menciona una pequeña reseña histórica sobre la Asociación Universal Negro Improvement Association (UNIA). Él explica que es una organización para el adelanto y el desarrollo de la población afrodescendiente, la rama 300 ubicada en la ciudad de Limón, está llamada a trabajar por el desarrollo integral de la población afro costarricense y para la raza humana.

La Universal Negro Improvement Association fue fundada el 20 de julio de 1914 en Kingston Jamaica, por el honorable Marcus Mosiah Garvey, la rama 300 de Limón Costa Rica, fue fundada el 12 de marzo de 1919, y el edificio que aloja a la Organización es el Liberty Hall (conocido como el Black Star Line) fue inaugurada el 31 de agosto de 1922. La casa matriz de la Organización está ubicada en la ciudad Nueva York, en EE.UU.

La organización cumple, en este año 2014, 100 años de fundación. Representa todo un orgullo para la población afro en todo el mundo contar con una organización centenaria en la lucha por los Derechos Humanos de la población afro en el mundo.

Misión

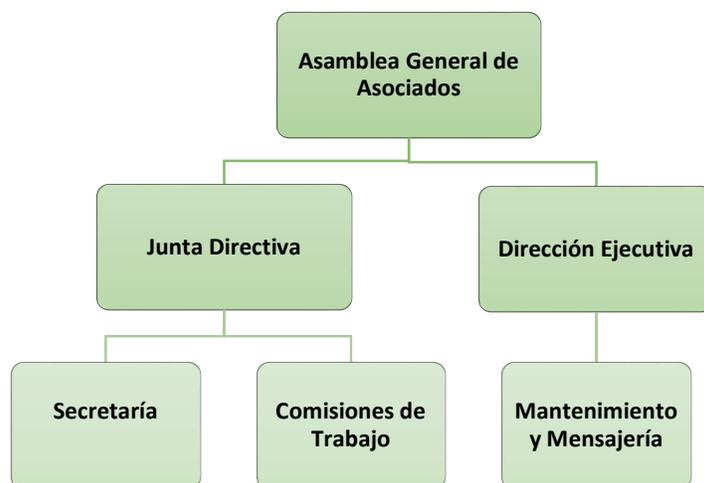
Scott (2014) dio a conocer que la misión es: Establecer una confraternidad universal de hombres y mujeres negros promoviendo el espíritu de orgullo y de amor, reivindicando el caído, proporcionando ayuda al necesitado, ayudando al desarrollo de comunidades, fortaleciendo la educación y cultura, trabajando por mejorar la condición de todos y las afrodescendientes en Costa Rica y mantenimiento la unidad solidaridad, en estrecho vínculo con toda la sociedad costarricense, hacia la construcción de una democracia inclusiva, participativa, equitativa de respeto a los derechos humanos, a la diversidad multiétnica y pluricultural.

Visión

Según Scott (2014), la visión de la asociación es: Luchar por el desarrollo integral de nuestras comunidades y poblaciones facilitando la unidad y solidaridad entre las organizaciones afrodescendientes, protegiendo la identidad étnica, cultural y lingüística, velando por el respeto de sus derechos humanos en el marco de las propias aspiraciones y costumbres del pueblo afrodescendiente y su participación activa en la vida social, política y cultural y económica del país, en todos los niveles del proceso de adopción de decisiones que les afecte y apoyando los procesos de desarrollo de Costa Rica, de integración, de democratización.

Organigrama

Figura: 1



Fuente: Asociación UNAI (2014).

Actividades

En cumplimiento del propósito y las metas involucra realizar actividades para socorrer a la población afrodescendiente que sufre por alguna situación en la vida tales como

- Salud: Prevención del dengue
- Manejo de desechos (reciclaje)
- Actividades deportivos para niños menores de 12 años

- Atención al adulto mayor.

Logros

Entre algunos de sus logros para la comunidad ha sido

- Un viaje en tren o bus algún destino para grupo deportivo de la comunidad.
- Donación de una computadora para una Escuela o Colegio.
- Pago de un equipo de sonido durante 4 horas para una fiesta comunal de beneficencia.
- 10 becas municipales para estudiantes de primaria y secundarias a familias de menores ingresos.

Población

La provincia de Limón cuenta con la mayor población negra del país costarricense, aproximadamente, 450 000 habitantes, donde la mayoría son personas afro.

Contactos

- **Presidente:** Winston Antonio Norman Scott
- **Vicepresidente:** Leonera Spencer Gordon
- **Secretario:** Franklin Tatum Lawrence
- **Dirección:** Las oficinas de la asociación se encuentran contiguo al Black Star Line, al frente de Plaza Limón, en el cantón central de la provincia caribeña.
- **Teléfonos:** Oficina: 27-58 -70-27. Celular: 89-11.08-03

Canales de comunicación

Facebook

<https://www.facebook.com/uniabbranch300>



(Por el momento, no cuenta con una página web).

También, cuenta con la transmisión en vivo, de 30 minutos al día, en la emisora limonense Radio Casino.

Emprendurismo

Historia

Según Espinoza (2010), el emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia humana, puesto que está en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. Es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre; aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres, quizás ha sido la diferencia entre el hombre y otros seres vivos, pues estos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad y todo gracias al espíritu de emprender.

Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos de las distintas sociedades.

Según Vargas (2013), en Costa Rica, al igual que muchos países latinoamericanos, apostó las últimas décadas por un modelo de desarrollo centrado en la modernización de su sistema productivo, económico y financiero

con el fin de generar mayor crecimiento económico como medio para mejorar la distribución y disminuir la pobreza.

El resultado varía entre países y dentro de ellos, según el sector. Dicha tendencia estuvo acompañada por los procesos de democratización política, que tampoco se puede decir mejoraron ostensiblemente la calidad de la democracia

En el caso de Costa Rica, por lo menos desde hace veinticinco años, el fomento a la creación de nuevas organizaciones ha ocupado un lugar en las agendas públicas, aun cuando los resultados no son tan robustos.

Precusores

Según el Diccionario de la Real Academia Española (2001), describe a los precusores como aquellas personas que comienzan o anuncian doctrinas, ideas o empresas que tendrán acogida y desarrollo completo en el futuro.

Algunos ejemplos de grandes precusores en el mundo son los siguientes:

- ❖ **Bill Gates:** Uno de los empresarios más extraordinarios de todos los tiempos. Es fundador de Microsoft.
- ❖ **Chris Gardner:** Su historia es relatada por Will Smith en la película “*En busca de la felicidad*”. Su vida no fue nada fácil, su visión de éxito, deseo de triunfar de alcanzar metas, lo convirtieron no solo en un inversionista y empresario de exitoso de gran reconocimiento, sino también creador de empresas de negocios rentables. Llegó a ser uno de los hombres más ricos del mundo, un multimillonario de alta reputación.
- ❖ **Steve Paul Jobs:** Fue nombrado como el emprendedor más destacado de la historia moderna. Fue el cofundador y presidente ejecutivo de Apple y el máximo accionista individual de The Walt Disney Company.
- ❖ **Jeff Bezos:** Es considerado el emprendedor que revoluciono las compras a través de internet. Amazon.com es una de las empresas pioneras en el comercio electrónico.

- ❖ **Mark Zuckerberg:** Este joven definido por muchos como un genio obsesivo empresarial ha logrado cambiar el mundo. Facebook, desde su fundación, ha cambiado la manera de socializar, vivir y hasta de emprender negocios. Esta red social produjo una de las revoluciones más importantes de la historia.

Países

Según un informe realizado por Pérez (2013) de un estudio Doing Business, el cual fue publicado por el Banco Mundial y IFC (por sus siglas en inglés), donde analizan y valoran los tramites necesario para crear una empresas, en base al estudio que se llevó acabo se constituyó un ranquin con los 10 países más emprendedores del mundo para el año 2013.

Los 10 países más emprendedores del mundo son los siguientes:

- ❖ Singapur
- ❖ Georgia
- ❖ Macedonia
- ❖ Hong Kong
- ❖ Australia
- ❖ RWanda
- ❖ Nueva Zelanda
- ❖ Canadá
- ❖ Armería
- ❖ Bielorrusia

Término

Emprender es un término con múltiples acepciones.

Según Vargas (2013), en el ámbito de los negocios, la persona emprendedora es un empresario/a; es el propietario/a de una organización comercial con fines de lucro. Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios. Say (1800) la califica como una “buena persona administradora”. Shesky (1997) y Baumol (1993) señalan que el término es utilizado para describir a cualquier miembro de la economía cuyas actividades

son novedosas de alguna forma, así como las personas que de manera definitiva, huyen de rutinas y practicas mayoritariamente aceptadas.

El emprendimiento fue definido, por primera vez, por el economista anglo francés Richard Cantillon como la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto; por ende, tomando decisiones acerca de obtención y uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento.

De acuerdo con Gerber (1996), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafía lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades. Caos en armonía.

En EE.UU., el término emprendedor es frecuentemente definido como aquel que comienza su propio, nuevo y pequeño negocio. No solo en este sino también vemos cada día como en Costa Rica hay más personas emprendedoras.

Boveda (2006), en la *Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible*, cita que para Lezana & Tonelli (1998), emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción) para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.

Persona emprendedora

Para Schollhammer (1980), las personas emprendedoras se pueden dividir en cinco tipos de personalidades:

- **La persona emprendedora administrativa.** Emplea la investigación y el desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- **La persona emprendedora oportunista.** Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que la rodean.

- **La persona emprendedora adquisitiva.** Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace.
- **La persona emprendedora incubadora.** En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de alguno ya existente.
- **La persona emprendedora imitadora.** Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Existen otras formas de clasificar a las personas emprendedoras:

Según la razón por la que emprenden:

- Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
- Por necesidad o porque la persona emprendedora se encuentra en una situación desfavorable, específicamente si está desempleado/a, ya sea porque acaba de ser despedido/a o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.

Según el tipo de organización que desarrollan:

- La persona emprendedora social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, generalmente sin fines de lucro.
- La persona emprendedora que busca destacar en cierta área y ser modelo para otras personas; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política.

Emprendurismo social

La Escuela de Gestores y Emprendedores Sociales (2012) hace referencia a las iniciativas empresariales que se desarrollan en torno a tres ejes: Un objetivo social, un modelo de negocio sostenible y una forma innovadora de abordar un problema social al que la economía de mercado no llega, la acción de las administraciones públicas es insuficiente o no existe, o hay en el mercado espacio para la intensificación o mejora de servicios con objetivos sociales.

Pretende resolver una necesidad social, desde los supuestos de la eficiencia y la eficacia característicos de las empresas con fines lucrativos, pero priorizando el enfoque social, el efecto multiplicador y la acción a largo plazo.

Los fines económicos son garantía de sostenibilidad de la empresa y de empleo estable y de calidad, a la vez que se orienta a fines sociales como la inserción socio laboral de personas en riesgo de exclusión social, la conservación del ambiente, la salud pública, el trabajo con menores en situación de riesgo, la recuperación del patrimonio artístico y arquitectónico.

Los emprendedores sociales se caracterizan por la calidad ética de su misión, por su visión transformadora de la realidad social, por su pragmatismo en el enfoque de los problemas y el abordaje de las soluciones, y por su coraje y temperamento incansable para perseguir sus metas⁹.

Cultura emprendedora

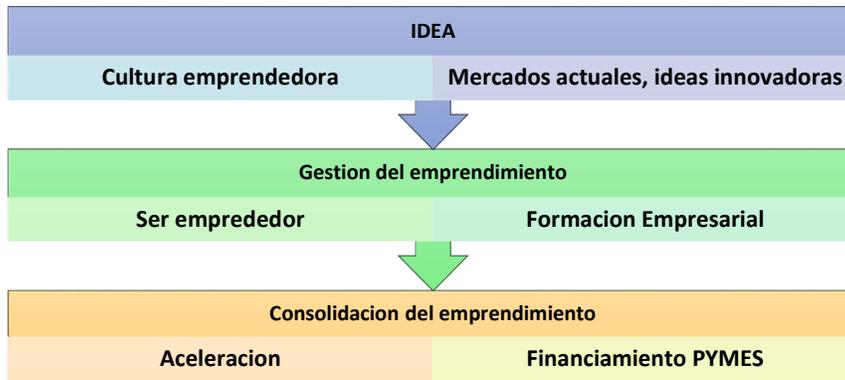
Para la página en línea EQUI (2012), la cultura emprendedora es el conjunto de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una persona, para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional. La cultura emprendedora está ligada a la iniciativa y acción. La educación emprendedora debe trabajar en el desarrollo del talento emprendedor, porque a pesar de que las personas presentan una predisposición innata, el emprendedor o intraemprendedor, en cierta medida, “se hace”.

Según Vargas (2013) el caso de Costa Rica, donde La Asociación de Empresarios Juveniles (Junior Achievement Costa Rica), es una de las pocas organizaciones que trabajan en la formación y capacitación de jóvenes para

fomentar el espíritu empresarial. A lo largo de sus veintidós años de existencia, JA ha beneficiado a más de cien mil niños y jóvenes en todo el país utilizando un material precioso para acompañar sus programas.

Proceso emprendedor

Figura: 5. Proceso.



Fuente: Elaboración propia (2014).

Sostenibilidad del emprendimiento

Según la Academia de Innovación para la Sostenibilidad, conceptualiza la sostenibilidad del emprendimiento como una alternativa de generación de ingresos y aumento de la base empleo en la sociedad. Es una plataforma que posibilita la identificación y el desarrollo de alternativas empresariales que permiten afrontar retos.

Plan de negocio

Komiya (2012) define en un documento muy elaborado lo que se entiende por un plan de negocio. Consiste en un documento escrito en donde se describe un negocio o proyecto que esta por realizarse y todo lo que está relacionado con ello, tal como los objetivos del negocio o proyecto las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, el estudio del mercado al cual se va incursionar que se va realizar, el financiamiento requerido, la proyección de los ingresos y egresos, la evaluación financiera y la organización del negocio o proyecto.

Objetivos:

- Sirve de guía para iniciar un proyecto y para poder gestionarlo.
- Conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.
- Demostrar lo atractivo del proyecto a terceras personas.

Komiya (2014) recomienda cómo elaborar una estructura para el plan de negocio. No existe una estructura definida, sino más bien se puede adoptar la que se crea más conveniente. Por ejemplo, una estructura común es la siguiente:

- Resumen ejecutivo
- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Organización
- Estudio de la inversión y financiamiento
- Estudio de los ingresos y egresos
- Evaluación.

Estrategia de comunicación

Roque (2013) menciona que la palabra estrategia proviene del vocablo griego estratega, que significa general. La estrategia de comunicación es una gran variable de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades. En un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos.

Según la página de ONU Mujeres (2006), se define el término de estrategia de comunicación como la manera de captar la atención de los destinatarios y transmitir un mensaje de campaña conveniente.

Se mencionan algunos pasos importantes para elaborar una estrategia de comunicación:

- Establecer el objetivo y las metas de la comunicación.
- Elaborar mensajes clave que efectivamente los destinatarios puedan comprender.

- Identificar los canales de comunicación, las técnicas y las herramientas eficaces.
- Redactar un documento de estrategia de comunicación.

Capítulo III



Pintura Caribeña Puerto Limón

Tipo de investigación

Para la realización de este trabajo, existen diversos tipos de investigación. Se analizaron detalladamente todos para saber cuál es el correcto para este trabajo.

Exploratoria

Según Hernández Sampieri et al. (2010), un estudio exploratorio se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes.

Mediante la determinación de personas que conocen sobre la asociación, se podrá difundir la información necesaria para que se dé a conocer UNAI. Un análisis que muestre los problemas por las que se está enfrentando actualmente ayudara abordar las dudas necesarias para emprender el plan de negocio.

Descriptiva

La investigación posterior será también de tipo descriptiva. Según Hernández Sampieri et al. (2010), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera pendiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Se determinó que el tipo de investigación que más se acomoda a la situación de la Asociación UNAI es la investigación descriptiva por las siguientes razones:

- Identificar el comportamiento social de la población afro.
- Las características de la Asociación.
- Los perfiles de personas que laboran en la Asociación.

La investigación descriptiva será porque se requiere describir el tipo de Asociación con la que se está trabajando y con la comunidad y grupos de

personas con las que se necesita interactuar para poder llevar efectivo las estrategias y los métodos establecidos para obtener el resultado esperado.

- Comportamiento social de la población afrodescendiente

Según la presencia afro se centra en zona caribeña desde inicio de los años de 1870 con una serie de movimientos por trabajadores fevovarios en particular. La identidad jamaquina y africana es muy notoria en la zona de limón. El 31 de agosto se celebra el Día del negro, aunque aún no es un día festivo para todo el país. En Limón sí es un día de fiesta reconocido por el Gobierno y Puerto Limón.

El comportamiento social es muy distinto en comparación con otras partes del país costarricense, su religión, costumbre, cultura. UNAI se hizo presente prácticamente en toda la historia afrodescendiente desde principios del siglo XX, la meta de la asociación se central estrictamente en términos raciales.

No obstante, son pocas las fuentes publicadas que cuentan el comportamiento pasivo de los afrodescendientes. Una gran cantidad de huelgas, disturbios laborales y los intentos de organizar sindicatos se generan para buscar la igualdad de derechos y eliminar el racismo a nivel nacional.

Características de la Asociación

- Unificación de la persona negra
- Promoción de la cultura afrodescendiente

Perfil de las personas que laboran en UNAI

- Personas responsables, dispuestas a llevar acabo la misión de la Asociación.
- Preferiblemente negras o con descendencia negra.
- Forman parte de la asociación todos aquellos que quieran el bienestar y el desarrollo de la comunidad limonense.

Enfoque

Mixto

Según Hernández Sampieri et al. (2010), el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un problema de investigación

Según Todd, Nerlich & Mckeown (2004), los enfoques mixtos parten de la base de que los procesos cuantitativo y cualitativo son únicamente “posibles elecciones u opciones” para enfrentar problemas de investigación, más que paradigmas o posiciones epistemológicas.

Hernández Sampieri et al. (2010) consideran lo siguiente sobre el método mixto:

- Se logra una perspectiva más precisa del fenómeno, incrementa nuestra confianza en que los resultados son una representación fiel, genuina y fidedigna de lo que ocurre con el fenómeno estudiado.
- El enfoque mixto ayuda a clarificar y teorizar el planteamiento del problema, así como las formas más apropiadas para estudiar y teorizar los problemas de investigación.
- En el enfoque mixto se potencia la creatividad teórica con suficientes procedimientos críticos de valoración.
- Al combinar métodos, aumentamos no solo la posibilidad de ampliar las dimensiones de nuestro proyecto de investigación, sino también el entendimiento es mayor y más rápido.
- Los modelos mixtos logran que “exploremos y exploremos” mejor los datos.

Este trabajo de investigación utiliza una fuente mixta, porque se recurrió a las entrevistas, las revistas, los periódicos, internet y las encuestas, para poder lograr resolver el problema de la investigación que se lleva acabo.

Durante el desarrollo de la investigación, se han realizado una serie de entrevistas al personal de la Asociación UNAI, la búsqueda de información por internet y más adelante se realizará una encuesta que ayude a solucionar el problema de la investigación.

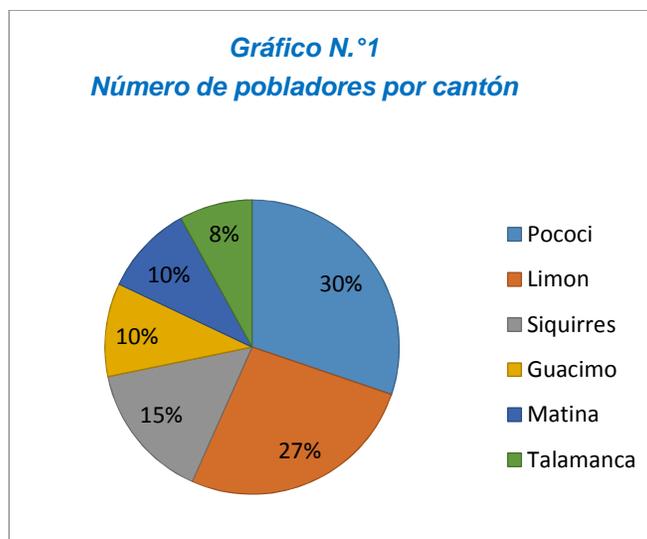
Población

Cuadro N.º1

Población

Cantón	Población	Porcentaje
Limón	107 219	27%
Pococí	122 832	30%
Siquirres	61 349	15%
Talamanca	32 555	8%
Matina	40 321	10%
Guácimo	41 537	10%
Total	405 813	100%

Fuente: Elaboración propia (2014).



Fuente: Elaboración propia (2014).

Fuentes

- **Primarias**

Según Hernández Sampieri et al. (2010), las fuentes primarias constituyen en el objeto de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y

proporción datos de primera mano, pues se trata de documentos que contiene los resultados de los estudios correspondientes.

Algunas características de las fuentes primarias son las siguientes:

- Una fuente primaria no es, en su defecto, más precisa y fiable que una fuente secundaria.
- Proveen un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación.
- Son escritas durante el tiempo que se está estudiando o por la persona directamente envuelta en el evento.
- Ofrecen un punto de vista desde adentro del evento en particular o periodo de tiempo que se está estudiando.

- **Secundarias**

Bounocore (1980) define las fuentes como aquellas que contienen datos o información reelaborados o sintetizados. Para Hernández Sampieri et al. (2010) las fuentes secundarias, son listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área del conocimiento en particular; es decir, reprocesan información de primera mano. Comentan brevemente artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos.

Características de las fuentes secundarias

- Interpretan y analizan fuentes primarias.
- Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias, e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación.

Variables

Según Ferrer (2010), básicamente una definición conceptual de las variables, constituyen una abstracción articulada en palabras para facilitar su comprensión y su adecuación a los requerimientos prácticos de la investigación.

En el proceso de operacionalización de una variable, es necesario determinar los parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de

variables enunciadas por la idea a defender, para lo cual es necesario tener en cuenta:

- El enunciado de la idea por defender debe estar respaldado por una realidad o situación problemática.
- Es necesario tener en cuenta dos factores importantes: la lógica, el conocimiento y la información mínima necesaria para el análisis en una investigación proviene de las operacionalización de variables, porque los instrumentos de la relación de recolección de los datos se construyen a partir de las dimensiones e indicadores de la variable.

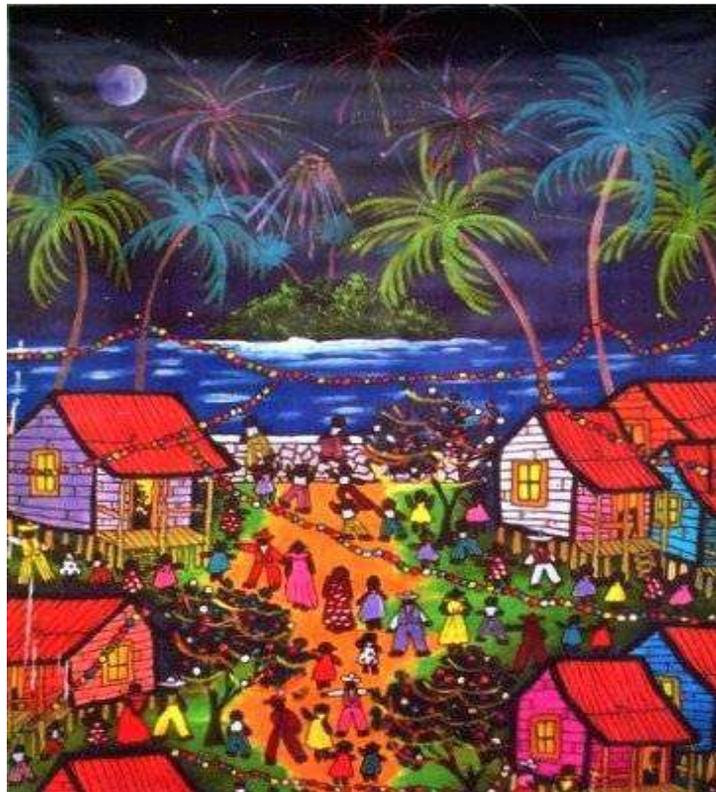
Cuadro N.º 2

Cuadro de Operacionalización de las variables

Objetivo específico	Variable	Indicador	Conceptualización	Instrumentalización	Operacionalización
Elaborar un análisis FODA para conocer las fortalezas y las debilidades de la Asociación.	Análisis FODA	Lista de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas	Según Flores (2014), el análisis FODA es una herramienta muy útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa, la misma logra mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial.	Entrevista y encuesta	Cuestionario Preguntas n.º 5-6-7-8.
Determinar el porcentaje de personas que conocen la Asociación.	Porcentaje de personas.	Cantidad de población. O porcentaje de personas.	Según el Diccionario de la Lengua Española (2005) el porcentaje es: Tanto por ciento, cantidad que corresponde proporcionalmente a una parte de cien.	Encuesta y población	Cuestionario: Preguntas n.º 3-4
Identificar métodos y estrategias para desarrollar el plan de negocios para la autosuficiencia económica.	Estrategia	Documento con las estrategias.	Según Roque (2013), la estrategia de comunicación es una gran variable de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades.	Entrevista	Cuestionario Preguntas n.º 10-11-12

Fuente: Elaboración propia (2014).

Capítulo IV



Pintura Caribeña

El proceso de tabulación consiste esencialmente en el recuento de los datos contenidos en los cuestionarios para luego proceder a analizarlos e interpretarlos.

Tabulación, interpretación y gráfico de las preguntas

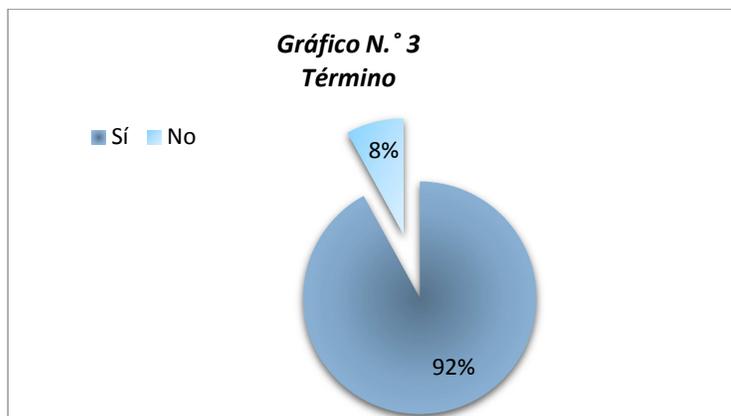
Por medio de las encuestas realizadas a 50 personas en el sector de la Provincia de Limón Centro, se va a determinar cuál será el plan de negocio más factible para lograr la autosuficiencia de la Asociación UNAI.

A continuación, se muestran los resultados con su respectiva interpretación.

Cuadro N.º 3
Término

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento		
Sí	46	92%
No	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia (2014).



Fuente: Elaboración propia (2014).

Se logra apreciar que del total de las personas encuestadas, el 92% que equivale a 46 individuos tienen conocimiento del término emprendedor y que un 8% que representa 4 personas desconocían del todo este término. Se debe tener en cuenta que es un porcentaje realmente alto y que al realizar la encuesta fue fácil para muchos mencionar actividades para incluir en un plan de negocio que eficiente para la asociación.

Cuadro N.º 4
¿Ha recomendado la Asociación a otros?

Variable Porcentaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	11	22%
No	39	78%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia (2014).



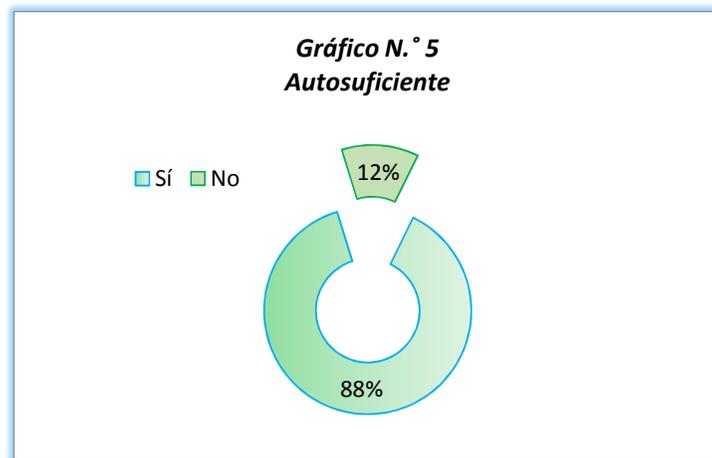
Fuente: Elaboración propia (2014).

Esta pregunta responde a un objetivo específico planteado en el trabajo en elaboración. De igual forma, se puede medir cuán reconocida es la asociación en la provincia central y cuán importante es para cada persona entrevistada. El 78% de los encuestados manifestaron que nunca antes habían recomendado la Asociación a otros, inclusive ni hablar sobre su existencia con personas que no fueran miembros de ella; el 22% declaró que sí han recomendado la Asociación a otros o que en alguna ocasión hablaron con personas externas de su existencia.

Cuadro N.º 5
¿Puede volverse autosuficiente la Asociación?

Variable Métodos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	44	88%
No	6	12%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia (2014).



Fuente: Elaboración propia (2014).

En la pregunta número diez se determinó que 6 de los encuestados, el equivalente a un 12%, consideran que por medio de actividades para recaudar fondos para la asociación no será suficiente para lograr la autosuficiencia. Sin embargo, la otra parte encuestada, 46 de ellos, consideran que sí se pueden resolver la gran mayoría de los problemas económicos medio por de actividades y así poder volverse autosuficiente.

Uniando los resultados de la pregunta número uno con los de la pregunta número diez, se puede percibir que la misma minoría que no conocía el término de emprendedor son los mismos que consideran que las actividades no ayudarán la autosuficiencia de la asociación. Sin embargo, la mayoría que conocen el término sí creen que las actividades sería una vía más fácil para la autosuficiencia de la asociación.

Además, se evidencia que de las personas encuestadas solo el 80%, que equivale a 40 individuos, acordaron una serie de actividades que podrían ser posibles para lograr la autosuficiencia de la Asociación. Se debe tener en cuenta que es un porcentaje realmente alto y que al llevar a cabo el nuevo negocio se debe implementar bastante publicidad para que el servicio sea conocido por todas las personas y así atraer la participación.

Actividades mencionadas

- Culturales: Concierto Góspel, Calipso y desfile de atuendos africanos.

- Actividades deportivas: Carrera de 10 km y 5 km.
- Venda de comida caribeña.

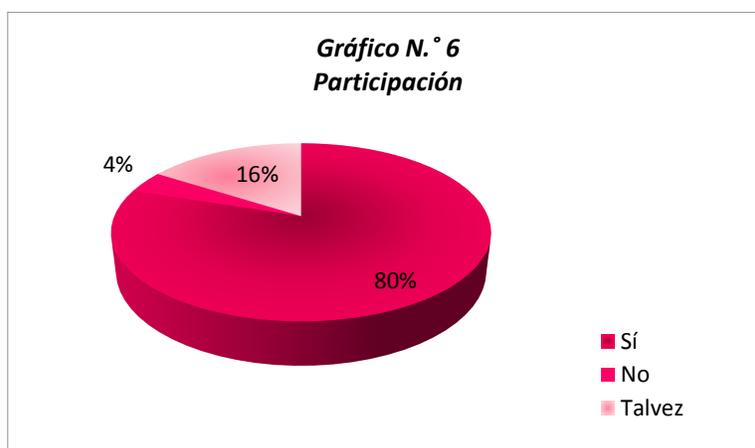
Estas actividades fueron mencionadas por el 80% de las personas que respondieron acerca de cuáles deberían ser aquellas acciones que más se amoldaban a las características de la asociación.

Cuadro N.º 6

Disposición de participar en actividades

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	40	80%
No	2	4%
Talvez	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Elaboración propia (2014).



Fuente: Elaboración propia. 2014.

De las 40 personas que están dispuestas a participar de las actividades antes mencionadas en la pregunta anterior (número 11), escogieron varias de las opciones las más eficaces para estructurar un plan de negocio y poderlo llevar de las palabras a la acción. El 16% tal vez participaban de dichas actividades y el 4% definitivamente respondieron que no participarían de los eventos.

Análisis FODA

Antes de definir una estrategia de negocio siempre es útil realizar un análisis FODA, y con esto se logró evaluar la situación que enfrenta la asociación. Gracias al cuestionario aplicado a los miembros de UNIA se logró que varios

de ellos mencionaran las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas de la organización.

- **Fortalezas de la asociación**

Las fortalezas más importantes de la Asociación UNIA (por sus siglas en inglés) se encuentran en su historia y la antigüedad de su edificio Black Star Line que fue declarada patrimonio histórico arquitectónico en el año 2000, en que se concentra en realizar actividades en representación de la cultura afro. Se enfoca en la unión de la población negra, buscar la manera más eficaz de ayudar a las personas adquirir más conocimientos de la historia de la provincia de Puerto Limón por medio de charlas gratuitas.

Otras de sus fortalezas consiste en que siempre estar al servicio de la comunidad que necesita información acerca de los afrodescendientes, el desarrollo los ha ayudado a ofrecer otros servicios en la parte baja de su edificio Black Star Line como un restaurante de comida caribeña y otras tiendas. A parte de las fortalezas antes mencionadas también cuenta con ser la única asociación afrodescendiente en Costa Rica.

- **Oportunidades en el entorno**

Al ser la única asociación que se centraliza en la población afrodescendiente en el país tiene pocas áreas de oportunidad.

En el área ha obtenido reconocimientos nacionales e internacionales y de instituciones gubernamentales, por lo que el aprovechamiento de su reconocimiento puede crear un crecimiento económico, mientras que por medio de los talleres que imparten pueden lograr posicionar el nombre de la asociación a nivel nacional. Contribuyendo a los importantes proyectos del gobierno que ha realiza por medio la asociación.

- **Debilidades de la asociación**

A pesar de ser una asociación muy débil casi no se encuentra con dificultades porque sus fortalezas son más del doble que sus debilidades, pero como en todo tiene aspectos que debe de mejorar.

La falta de interés de la población afro y sus pocos miembros se ve reflejada en las charlas y las actividades que se realizan. El factor más importante que se

considera dentro de la asociación es el sector económico, que genera muchas trabas para el desarrollo y el crecimiento de la asociación que, por muchos años, no han podido lograr el progreso que tanto se ha deseado.

- **Amenazas del entorno**

Las amenazas del entorno en cuanto a UNIA se reducen a la pérdida de cultura afro porque, cada vez más son menos los jóvenes que participan de los talleres, las charlas y las actividades impartidas por la asociación, una causa del estancamiento de la asociación es considerado la globalización que aleja a las personas de sus raíces y los involucra a la moda que hoy se maneja.

Capítulo V



Atuendos africanos.

Para lograr elaborar un plan de negocio que supla las necesidades básicas de la asociación, era necesario conocer cuáles son los gastos mensuales que se desean cubrir. Se espera que por medio de una estrategia se alcance generar los ingresos precisos para la autosuficiencia de la asociación.

Gastos de la Asociación	
Salario	₡250 000,00 mensuales
Luz	₡40 000,00
Agua	₡10 000,00
Limpieza	₡15 000,00
Impuestos municipales	₡ 50 000,00
Eventos	₡450 000,00
Otros	₡500 000,00
Total	₡1 315 000,000

Fuente: Elaboración propia (2014).

Dentro de las muchas actividades mencionadas por los encuestados, se escogió realizar, al menos, dos veces al año una carrera atlética, por el motivo de su baja inversión, alta demanda de participantes y lo más importante altos ingresos para los organizadores.

Carrera de 5 kilómetros y 10 kilómetros

Nombre de la carrera	I Carrera atlética Afro Carribean
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Limón Centro
Recorrido	<ul style="list-style-type: none"> • Salida: Black Star Line • Meta: Black Star Line
Fecha y hora por realizarse	<ul style="list-style-type: none"> • 21 de diciembre del 2014 • Master y Menores: 6:30 a.m. • Mayores: 7:00 a.m.
Distancias	<ul style="list-style-type: none"> • 10 kilómetros y 5 kilómetros
Categorías	<ul style="list-style-type: none"> • Menores Damas y Varones (5 km) Nacidos entre 1997-98-99. • Mayores Damas y Varones (10 km) Nacidos antes de 1990 • Master Damas y Varones (5 y 10 km) • De 49 años en adelante.
Costo de inscripción 10 km	<ul style="list-style-type: none"> • 9000 mil colones (cupó de 400 personas)
Costo de inscripción 5 km	<ul style="list-style-type: none"> • 6000 mil colones (cupó de 100)

	personas)
Número de participantes	<ul style="list-style-type: none"> • 500 personas
Patrocinadores	Buscar empresas, supermercados y tiendas de la zona.
Total recaudado	₡4 200 000,00

Fuente: Elaboración propia (2014).

Trámites por realizar antes del evento	Costo
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar ante autoridades oficiales y deportivas: Oficiales de tránsito, municipalidad, Federación costarricense de atletismo. • Elaboración de convocatoria: 4 meses de anticipación. • Solicitud de servicios médicos: ambulancia y puestos médicos. • Limpieza del evento. 	Realizar las gestiones necesarias, no tiene algún costo monetario.
Logística	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Medición y Certificación de la ruta. 2. Inscripciones: Vía internet, correo electrónico, en las oficinas de la asociación. 3. Preparación y entrega de Kits: Entrega: Oficinas administrativas y zona de meta. Preparación de paquetes para los competidores, incluye: <ul style="list-style-type: none"> • Números, Camiseta, Medalla, Regalos de patrocinadores 	Los puntos 1 y 2 no algún costo. Punto 3, se buscarán patrocinadores que colaboren con los paquetes.
Publicidad y promoción del evento	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de publicidad a través de Facebook. 2. Distribución de carteles. 3. Aval del evento por la Federación de atletismo 	Se imprimirá aproximadamente 50 carteles tendrá un costo de 20 mil colones. A la federación de atletismo le corresponde un 20% de los fondos recaudados.
Recursos materiales para el circuito: Salida-Meta	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vallas publicitarias 2. Arcos de salida y meta 3. Carpas 4. Montaje de publicidad de patrocinadores 5. Equipo de sonido y locutores 6. Abastecimientos de agua e hidratantes en ruta y meta 	Se buscará el patrocinio de empresas, tiendas y supermercados que colaboren con la carrera atlética.

7. Señalización de kilómetros.	
8. Paquetes de recuperación (agua, hidratantes, barras energéticas, frutas).	
9. Fotografías para los atletas.	
Recursos humanos para circuito	
<ul style="list-style-type: none"> • Personal de STAFF • Oficiales de tránsito • Voluntarios 	STAFF: Le corresponde un 10% de la carrera Oficial de tránsito: 20 mil colones.
Durante el evento	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cronometraje de salida y meta de los participantes. 2. Cronometraje digital. 3. Jueces manuales, para verificar, respaldo. 4. Listado de resultados inmediato. 5. Memoria de resultados. 6. Premios en especie y dinero. 	Cronometraje, lista de resultados y memoria es parte del equipo que debe aportar los jueces (STAFF) Premios en especie por parte de los patrocinadores. Dinero: Menores: 1° ₡65 000,00 2° ₡50 000,00 3° ₡35 000,00 Mayores: 1° ₡110 000,00 2° ₡80 000,00 3° ₡60 000,00 Master: 1° ₡45.000.00 2° ₡35.000.00 3° ₡20.000.00
Después del evento	
<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidad de imprimir resultados (certificados de tiempos) • Publicación de resultados por Internet • Encuesta de Servicio de Calidad vía internet 	Impresión hojas más tinta costo de ₡10 000
Total de inversión	₡1 810 000,00

Fuente: Elaboración propia (2014).

Al realizar el estudio para llevar a cabo la actividad, se determinó que sí sería factible para la Asociación, porque el objetivo primordial del proyecto es lograr la autosuficiencia. En términos económicos, se recaudará para cada carrera un total de 4 200 000,00 de colones, se tiene como estimado realizar dos carreras por año. A este monto se le debe restar 1 810 000,00 colones, como valor total

de todos los trámites y pagos que se efectuar. Quedaría un restante de 2390 000,00 colones libres para suplir los principales gastos económicos de UNAI.

Eventos culturales

Concierto de Calipso y Góspel y Desfile de atuendos afros	Costo en colones
Lugar	Black Star Line
Hora	7:00 p.m.
Fecha	20-12-2014
Trámites para los eventos.	
Publicidad: Banners Carteles Facebook	₡ 35 000,00
Elaboración de entradas 110	₡10 000,00
Producción	₡ 80 000,00
Decoración	₡ 130 000,00
Músicos	₡600 000,00
Modelos y Atuendos	Serán miembros de la Asociación, cada uno con sus respectivos atuendos.
Total de Inversión:	₡855 000,00
Venta de entradas (cupo 150 personas)	₡16 000,00 preventa y día del evento.
Total recaudado	₡ 2 400 000,00

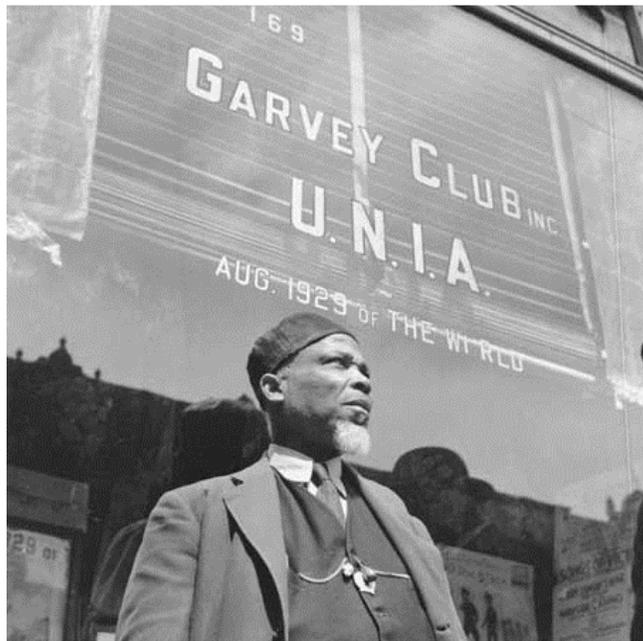
Fuente: Elaboración propia (2014).

Analizando los programas culturales desde un punto de vista óptimo se nota factible la ejecución de dichos eventos, pero hay que tomar en cuenta que para que realmente debe ser una actividad donde la asociación gane y no pierda dinero, es importante y necesario que se cumpla en su totalidad con la venta de las todas las entradas.

En la encuesta, el 80% de los miembros de la asociación estuvieron dispuestos a participar de todas las actividades que se realizaran, dentro de estos 80% en su mayoría mencionaron actividades culturales que debería de ser importante para la asociación. Se espera que estos sean los encargados de vender las entradas en la mayoría.

Logrando la venta total de las entradas se estima 2 400 000,00 colones a estos se le resta los gastos y trámites que sería de 855 000,00 colones. La asociación estaría ganando un monto de 1 545 000,00 colones libres para su autosuficiencia.

Capítulo VI



The Universal Negro Improvement Association

Conclusiones

Esta experiencia ha mostrado cómo es posible diseñar un plan de negocio basado en el término emprendimiento social. A partir de las orientaciones y recursos actuales de los capítulos de los autores Hernández Sampieri y otros y la profesora María Vanessa Zamora, motivados altamente por su persona, trabajando de forma coordinada y colaborativa se lograron tener los recursos suficientes para lograr llevar adelante el proyecto con éxito. Sin embargo, la experiencia pone también el grado de implicación, dedicación y compromiso que conlleva para el estudiante avanzar y profundizar en el trabajo.

Luego de un análisis detallado, el tipo de investigación que mejor se acomoda a este trabajo es exploratoria y descriptiva. El enfoque mixto que se presenta fue necesario porque se vinculan datos cuantitativos y cualitativos.

Este trabajo de investigación tiene un recuento de fuentes primarias y secundarias, se consultaron varios documentos, libros reporte de la asociación entre otros.

Luego de realizar la investigación para lograr la autosuficiencia de la Asociación UNAI se concluyó que cada estudio dio el resultado esperado para la elaboración del plan de negocio exitoso.

Se demostró el interés de los miembros de la asociación por lograr el objetivo primordial del proyecto. Se aprecia que existe la manera más fácil de emprender un negocio innecesariamente de una inversión previa con resultados a largo plazo.

El hecho de que la asociación cuente con una estructura declarada patrimonio nacional, Black Star Line, genera aún más facilidad para la realización de los eventos.

El proyecto realizado ha contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo una implementación exitosa del Emprendurismo social. Deja muchas cosas importantes que reflexionar y muchas otras las ha reforzado como puntos angulares para llevar a cabo una buena implementación.

Dentro de los puntos con más importancia, dentro de un proyecto de esta naturaleza, son el detectar cuáles son las necesidades reales de las personas que trabajan día tras día con las asociaciones o las fundaciones sin fines de lucro, que los procesos operativos de un plan de negocio apeguen a la realidad del trabajo diario y no sean un obstáculo burocrático, que se involucre a los miembros y dirigentes de la Asociación UNAI en el proceso de implementación de los métodos del Emprendurismo de manera que se sepa qué esperan ellos y qué no esperan de él, definir de manera clara y lo más palpable posible los beneficios económicos.

Llevar a cabo un análisis detallado como el que se realizó en este proyecto incrementa en gran proporción las probabilidades de tener éxito porque de ante mano se conoce lo que se quiere lograr y cómo se va a hacer para lograrlo.

Por medio de un análisis FODA ,que se realizó en el capítulo V del presente trabajo de investigación, se dio a conocer que la asociación cuenta con grandes fortalezas, pero las oportunidades han sido mínimas, se ha logrado aprovechar, sin embargo es una aérea que se debe mejorar aún más utilizando los reconocimientos nacionales e internacionales y de parte del gobierno, se considera que la debilidad más importante que atraviesa la asociación es el factor económico, este problema ha impedido el buen desempeño, desarrollo y crecimiento. Una amenaza que se resalta es la perdida de cultura es el punto más preocupante dentro de la asociación.

Por medio de las actividades las expectativas es que el número de personas afrodescendientes se involucren más con la asociación y la máxima participación en las actividades. Para lograr este objetivo, la idea es impulsar por medio de una estrategia de comunicación que se expande por todo el cantón central de Limón sobre las actividades que se van a efectuar.

Recomendaciones

En función de los resultados obtenidos en todos los estudios que corresponde el presente proyecto de factibilidad se recomienda lo siguiente:

- Este tipo de proyectos debe tener como objetivo principal el incentivar a las Asociaciones a poner en práctica el término de Emprendurismo social.
- Es necesario elaborar programas de capacitación y educación a todo nivel, como mecanismo de incorporar el Emprendurismo en todos aquellos proyectos que involucre un impacto significativo.
- Es obligatorio el desarrollo de todos los capítulos del trabajo que permite conocer todos los procesos que se necesitan para elaborar un buen proyecto final.
- El proyecto debe realizarse en los plazos establecidos para garantizar su entrega con puntualidad.

Referencias

- Angulo Senior, Diana (2007). La población Afro costarricense durante el siglo XX. Recuperado de <http://hpcs.bvs.sa.cr/textos/doc20.pdf>
- Boveda, Ángel Javier (2006). *Revista Trimestral Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de http://www.revistafuturos.info/futuros_6/emprendedor_1.htm
- Centro de Apoyo Tecnológico Emprendedores. Los 12 Emprendedores más importantes de la historia moderna. Recuperado de <http://www.bilib.es/noticias/noticia/articulo/los-12-emprendedores-mas-importantes-de-la-histor/>
- Espinosa Aguirre, Angélica (2010). Cultura del Emprendimiento. Recuperado de <http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>
- EgoSocial. Escuela de Gestores y Emprendedores Sociales (2012). Recuperado de: <http://www.escuelaegesocial.es/index.php/emprendimiento-social>
- EQUI. Cultura emprendedora. (2012). Recuperado de http://www.eoi.es/wiki/index.php/Cultura_emprendedora_en_Proyectos_de_negocio
- Francis Hutchinson (10-01-1995). América Latina en Movimiento. Recuperado de <http://alainet.org/active/1013&lang=es>
- Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5a Ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo (2009). Recuperado de <http://costarica21.com/Limon-s.html>
- ONU Mujeres (2014). Principales pasos en la elaboración de una estrategia de comunicación. Recuperado de <http://www.endvawnow.org/es/articles/1235-principales-pasos-en-la-elaboracion-de-una-estrategia-de-comunicacion-.html>
- Roque Miranda, Jaile (2014). Estrategia de comunicación. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicacion/estrategias-de-comunicacion.shtml>
- Pérez, A., Miguel (2013). Thing Big ¿Cuáles son los 10 países para emprender? Recuperado de <http://blogthinkbig.com/10-mejores-paises-para-emprender/> Recuperado: 31-06-2014
- Sin autor (2014). Concepto y definición de emprendimiento y emprendedor. Recuperado de <http://emprendimientoudi.wikispaces.com/file/view/Concepto+de+Emprendimiento+y+Emprendedor.pdf>
- Sin autor (2014). ¿Quién fue Marcus Mosiah Garvey? (2011). Recuperado de <http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/14865142/Quien-fue-Marcus-Mosiah-Garvey.html>
- Vargas Vargas, Federico (2013). *Manual de Emprendedurismo*. San José, C.R.: INA.

Anexos

Entrevista

Se realizaron varias entrevistas al presidente de la asociación Winston Norman Scott, donde se obtuvieron diversas informaciones para el desarrollo de la investigación.