



ULACIT

CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTUDIO PARA INCENTIVAR EL USO DE INTERNET EN LA COMUNIDAD DE DE 28 MILLAS DE LIMÓN

LIC. SHERMAN ALLEN EVE

TUTORA: LIC. VANESSA ZAMORA GONZÁLEZ

DICIEMBRE 2014

INVESTIGACIÓN EMPRESARIAL APLICADA

Contenido

ANTECEDENTES	6
JUSTIFICACIÓN	6
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
Marco teórico.....	10
Historia (antecedentes).....	10
Logros	11
Actividades	12
Productos/servicios.....	12
Población.....	12
Marco jurídico	13
Organigrama.....	14
Canales de comunicación.....	15
Conceptos claves de emprendimiento.....	15
Emprendimiento social	15
Proceso emprendedor.....	15
Factor de éxito.....	16
Estrategia de comunicación	17
Estrategia de mercadeo	17
Metodología de la investigación	19
Investigación descriptiva y exploratoria	19
Enfoque de la investigación	20
Cuantitativo.....	20
Población.....	21
Fuentes de información	21
Recolección de datos.....	21
Variables.....	22
Cuadro No.1 Operacionalización de las variables	23
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	25

CONCLUSIONES	35
RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	40
ANEXOS	41

INTRODUCCIÓN

La educación es uno de los mecanismos que le permite al individuo el acceso a mejores condiciones de vida, a empleos mejor retribuidos, a contribuir con la seguridad social de su comunidad y a su desarrollo personal. La provincia de Limón, específicamente el cantón de Matina, presenta uno de los índices más bajos de desarrollo del país. Su composición socio-demográfica es multicultural, pluricultural e intercultural; no obstante, el nivel de escolaridad y profesionalización es menor al resto del país.

En estas comunidades, las asociaciones de desarrollo comunal juegan un rol importante en la búsqueda de recursos para mejorar sus calles, iglesias, parques y cementerios; en cuanto a la educación, el trabajo es delegado al Ministerio de Educación; no obstante, muchos de sus miembros cuentan con competencias y tiempo libre que, aprovechado de manera eficiente y eficaz con apoyo tecnológico, podría enfocarse en contribuir con el mejoramiento de estos indicadores socio-económicos.

De la mano con las universidades ubicadas en la provincia y empresas privadas que operan en la zona, se puede establecer un centro de estudio que les permita a los habitantes de esta comunidad, poder ser incluidos en el mundo de la tecnología y comunicación, sin importar su nivel académico o socio-económico.

Actualmente, la sociedad exige que las personas lleguen a tener una capacidad analítica que les permita reflexionar sobre sus posibilidades de mejora continua en cuanto a condiciones de vida, pero sin estudios o sin oportunidades mínimas de adquirir conocimientos, esta tarea se torna aún más difícil en regiones del país donde el acceso a internet se hace difícil por limitaciones económicas.

La finalidad de esta investigación es la creación de un centro de estudio, por parte de la Asociación de Desarrollo de 28 Millas, del cantón de Matina, en la provincia de Limón; y determinar si esta organización comunal puede colaborar de manera responsable con la formación de sus habitantes, promoviendo una educación básica en el manejo de internet, facilitándoles acceso y el uso de la web, a fin de que puedan tener una visión general de los acontecimientos mundiales que se dan por la globalización, de manera que cada uno, por su propia iniciativa, busque mejorar sus capacidades, todo en un ambiente de solidaridad, responsabilidad y desarrollo integral.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES

Con respecto al porcentaje de viviendas con tenencia de computadora de escritorio, se tiene que entre los cantones con menores porcentajes, se localiza Matina, con 10,9 %; y entre las comunidades con menor acceso a internet, están los distritos de Matina, con 8,4 %. Estas cifras son preocupantes, cuando en cantones como San Pedro, un 69.2 % de las viviendas sí cuenta con conexión a internet fijo (AECID, 2011).

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación busca determinar si con la creación de un centro de estudio que incentive el uso de internet, la Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas, del cantón de Matina, en Limón, podrá establecer una estrategia para fomentar en sus habitantes el uso de internet, con la finalidad de mejorar su formación intelectual, independientemente de su grado de educación o su nivel de ingreso.

Es necesario conocer el grado académico y la ocupación de los habitantes de la comunidad de 28 Millas, y las razones que los motivarían a conectarse a internet. Esta información permitiría diseñar paquetes de programas de acuerdo con su formación y deseo. Con este centro de estudios, todos los habitantes —y principalmente los que no tienen las posibilidades de tener internet en sus

hogares— podrían acceder a la web, ya sea para entretenimiento o para reforzar sus conocimientos y habilidades.

En la actual era tecnológica, es indispensable para la superación personal de los individuos de cualquier edad, poder tener conectividad a internet, ya sea para investigación, educación o entretenimiento; el no tener acceso representa estar en desventaja por lo competitivo que es el mercado laboral.

Para estudiar la problemática, se pretende realizar una investigación con propósitos didácticos, que permita identificar las variables que afectan a los habitantes de la comunidad de 28 Millas, en Limón, y plantearles así una estrategia emprendedora como respuesta a sus necesidades de acceso a la red a través de la conexión a internet. El hecho de que no se tenga telefonía fija en las casas y que la navegación en internet en los teléfonos celulares sea muy costosa no es justificación para que los habitantes de esta comunidad tengan que vivir sin la posibilidad de acceder a ese mundo que está a la mano con una simple conexión.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de negocio para la Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas, para esta llegue a ser autosostenible en el tiempo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el nivel de escolaridad de la población para establecer el nivel del plan de estudio a ofrecer.
- Determinar los programas básicos de mercadotecnia y las estrategias por emplear para el posicionamiento del centro de estudio.
- Justificar la importancia del acceso a internet como instrumento de apoyo para la superación personal e intelectual de los habitantes de la comunidad de 28 Millas.

PROBLEMA

Las oportunidades de superación personal que tiene la mayoría de los costarricenses a través del acceso a la información por medio de la web, no son las mismas para los habitantes de la comunidad de 28 Millas; el constante robo de cables telefónicos de los postes eléctricos ha obligado al Instituto Costarricense de Electricidad a implementar el sistema de telefonía satelital en esta zona del

país; no obstante, el costo por la instalación y las tarifas impide el acceso a la mayoría de las familias.

HIPÓTESIS

Con la implementación del centro de estudio, la Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas logrará contribuir para que los habitantes de esta comunidad tengan un lugar de estudio con conexión a internet, fomentando su superación personal e intelectual, de manera autosostenible.

ALCANCES

Con este estudio se busca establecer el nivel del programa educativo por ofrecer, definir estrategias para hacer crecer a lo largo del tiempo el centro de estudio y determinar la importancia del acceso a internet para la comunidad de 28 Millas.

LIMITACIONES

El factor tiempo impidió realizar la aplicación del cuestionario a la totalidad de la población, por lo que se trabajó con una muestra.

Dada la ubicación geográfica y las obligaciones laborales del investigador, el acceso a material bibliográfico fue limitado.

Capítulo II

Marco teórico

Organización Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas

Historia (antecedentes)

El nivel de la pobreza y retraso en el desarrollo social del Caribe costarricense es más antiguo de lo que comúnmente se reconoce en los diferentes escenarios socioculturales del país. El cantón de Matina fue establecido el 24 de junio de 1969; según la Ley N.º 4344 La actividad económica de la zona se centra principalmente en la producción de banano, piña, plátano, arroz y ganadería (AECID, 2011).

ii Misión

Satisfacer con excelencia, prontitud y transparencia las necesidades de desarrollo de la comunidad de 28 Millas.

iii Visión

Ser la mejor organización de desarrollo comunal integral del país, que promueva la participación social de los habitantes de la comunidad de 28 Millas.

iv Valores

- a) Austeridad
- b) Respeto
- c) Valor social
- d) Pasión por servir

v. Principios

- a) Colaborar en equipo para lograr el bien de la comunidad.
- b) Ser responsable de la conclusión de las tareas bajo su responsabilidad
- c) Comunicar oportunamente los logros o inconveniencias.

Logros

Entre los logros que se han obtenido hasta la fecha, que se resalta la construcción

de:

- Un centro de nutrición.
- Un salón comunal.
- Una plaza de deportes.

Actividades

La Asociación es la responsable de gestionar ante el gobierno local los recursos necesarios para las mejoras en infraestructuras viales; y los centros educativos, recreativos y de desarrollo social. En la actualidad, la Asociación se mantiene con partidas específicas de la Municipalidad, aportes ocasionales de los asociados y fondos que se recaudan en rifas y bingos.

Productos/servicios

Los productos ofrecidos por la Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas se enfocan en la búsqueda de recursos para la construcción de centros de educación, campos deportivos y red vial.

No hay involucramiento en la actividad económica de la zona, que es la producción agrícola, cuyos productos en un alto porcentaje son para exportación. Con la iniciativa para la Cuenca del Caribe, nuestro país goza de una concesión unilateral otorgada por el gobierno de los Estados Unidos de Norte América, para exportar varios productos y servicios, así como asistencia económica (Tacsan, 2001).

Población

La comunidad de 28 Millas pertenece al distrito de Batán; su población es multicultural y pluricultural, allí viven 2.090 hombres y mujeres, de los cuales 980 tienen la mayoría de edad.

Marco jurídico

Amparados en el artículo 13 de la Ley N.º 3859, del 1995, las comunidades que sientan la necesidad de organizarse, tienen el derecho a constituirse como una organización formal con personería jurídica ante la Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad, 2014).

La Asociación de Desarrollo Comunal se constituyó el 16 de noviembre de 1975, en su momento, Ellos gestionaron los siguientes requisitos:

- a) Carta donde se informe el interés en formar la asociación, con números de teléfonos y direcciones físicas donde se pueda contactar a los interesados.
- b) Datos completos de al menos 100 personas mayores de 12 años, que residan en la comunidad.
- c) Contar con al menos 5 integrantes como grupo organizador o fundador.

Sapag y Sapag (2000), al referirse a la importancia del marco jurídico, señalan lo siguiente: “La actividad empresarial y los proyectos que de ella se derivan se encuentran incorporados a un determinado ordenamiento jurídico que regula el marco legal en el cual los agentes económicos se desenvolverán” (p. 225).

xi. Contacto

El señor Olivier Martínez Suárez es el presidente actual, su período inició en noviembre del 2013 y finalizará en noviembre del 2015. Se puede ubicar al

costado oeste de la plaza de deportes de la comunidad y su número de celular es el 8407-7330. La reelección está permitida.

Organigrama

La Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas está estructurada de tal manera que la Asamblea de Asociados son los máximos jefes de la organización; su fiscal les remite un informe directo cuando lo consideran pertinente.

En relación con la estructura organizacional, Cedeño (1991) señala que las fuerzas de trabajo se deben ubicar en las estructuras de toda organización

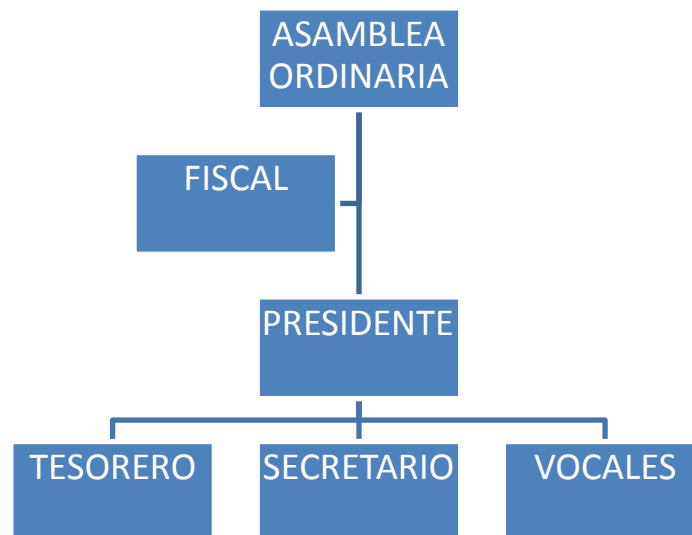


Figura 1. Estructura organizacional de la Asociación.

Fuente. Elaboración propia.

Canales de comunicación

En la actualidad, no se cuenta con herramienta electrónicas para dar a conocer los avances; cada integrante de la Asociación utiliza su perfil de Facebook para comunicar los eventos. El método oficial establecido es la colocación de comunicados en las pizarras de los puntos frecuentados, a saber: pulperías, salón comunal, EBAIS y escuela.

Conceptos claves de emprendimiento

Emprendimiento social

Al hablar de emprendimiento social, se hace referencia a un grupo de individuos que buscan obtener el máximo uso de los recursos o circunstancias, que otros no ven provechoso. Alcanzan sus objetivos con base en lo que van aprendiendo día a día, convirtiendo en oportunidades y fortalezas las debilidades y amenazas de otros.

Proceso emprendedor

Se buscará obtener recursos incorporando a las empresas instaladas en el cantón de Matina, a las que se les presentará el proyecto a fin de que conozcan cómo la Asociación busca que mejore la calidad de vida de los habitantes de la comunidad, creando expectativa con este centro de estudio donde no se requiera tener un título en educación para poder ingresar.

Se requiere una búsqueda constante de oportunidades y estar alerta a las oportunidades que están a la espera de ser aprovechadas (Alcaraz, 2006).

iii. Sostenibilidad del emprendimiento

La creación de un centro de estudio con acceso a internet para la comunidad de 28 Millas es una alternativa que permitirá a las personas con bajos recursos y con deseos de superación, aprovechar la tecnología. En esta comunidad hay profesionales pensionados que se pueden incorporar al equipo de trabajo para que además de actualizarse, compartan sus conocimientos enseñándoles a otros.

De igual forma, las universidades públicas y privadas que operan en la provincia pueden colaborar con esta labor, y se puede obtener un beneficio mutuo asignándole a sus estudiantes como trabajo comunitarios universitario, impartir lecciones según áreas de estudio.

Factor de éxito

El desarrollo de un plan para generar un servicio requiere tener varios aspectos que garantizarán su éxito (McGoldrick y Greenland, 1996). Se deben definir los programas de estudio, los cuales deben ser acordes con las necesidades de cada individuo; se debe determinar el servicio por ofrecer acorde al nivel de cada estudiante; y realizar agrupaciones según el conocimiento de cada uno, para no generar conflictos entre los estudiantes avanzados y los principiantes.

v. Plan de negocios

Las grandes empresas de la zona que se dedican a la siembra y exportación de banano y piña cuentan con presupuesto para sus programas de responsabilidad

social, por lo que si se les motiva a participar en el proyecto, tanto sus colaboradores como familiares se beneficiarían. Si bien es cierto que el trabajo de campo como jornalero no requiere conocimientos tecnológicos, todo individuo —sin importar el trabajo que desempeñe— debe tener un espacio u oportunidad para su formación socio-cultural en su mismo ambiente, acorde a su disponibilidad de tiempo. Con el aporte de quinientos mil colones semestrales por parte de al menos cuatro empresas de la zona, esta organización tendría un ingreso anual que le permita cubrir costos básicos. Por otra parte, en la zona hay grandes cantidades de contenedores abandonados que pueden ser reutilizados, lo cual podría aprovecharse de alguna forma para el proyecto.

.

Estrategia de comunicación

Por la ubicación geográfica y las características específicas de la zona, se medirá si el proyecto se podrá impulsar a través de programas de alta audiencia en emisoras locales, las cuales realizan visitas a las comunidades para conocer temas y proyectos de momento, y conocer el aprovechamiento que se les da a las redes sociales en la comunidad.

Estrategia de mercadeo

Se busca determinar si las estrategias de mezcla promocional permitirán crear expectativa en los habitantes sobre los beneficios del producto por ofrecer.

Es importante acordar el programa de publicidad no pagada que se podría utilizar, para llevar la información del servicio a los hogares de los posibles clientes.

El producto y servicio por ofrecer variará según la edad de los clientes, pero será incluyente para todos los grupos etarios, es decir, será abierto para todo el que quiera aprender a navegar en internet.

Las actividades de comunicación de *marketing* pueden crear una conciencia que permite vincular a las personas y generar una acción de conciencia hacia el producto o servicio que se ofrece (Kotler y Keller, 2006).

CAPÍTULO III

Metodología de la investigación

Se conoce por investigación el conjunto de procesos, sistemáticos, críticos y empíricos que empleados se aplican a un estudio de un proyecto (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010).

Se procederá con una serie de acciones, que al ser analizadas de manera consecutiva permitirán determinar la situación actual de los habitantes de la comunidad, para poder ofrecerles un espacio con acceso a internet.

Investigación descriptiva y exploratoria

Para determinar el tipo de investigación, se tomó como factor el bajo acceso que tienen los habitantes de la comunidad en estudio a conexiones de internet, en sus hogares, a través de la telefonía fija.

Las investigaciones de tipo exploratoria permiten investigar un tema que no ha sido estudiado aún. Los estudios exploratorios, según Hernández et al. (2010), se realizan cuando el investigador desea evaluar una situación que no ha sido estudiada o ha sido pocas veces analizada y de la que se duda.

Enfoque de la investigación

Con respecto al enfoque de la investigación, Hernández et al. (2010) señalan lo siguiente:

Han surgido diversas corrientes de pensamiento como el empirismo, el materialismo dialectico, el positivismo, la fenomenología, el estructuralismo y diversos marcos interpretativos, como la etnografía y el constructivismo, que han originado diferentes rutas en la búsqueda del conocimiento (p. 4).

En el caso de la presente investigación, se busca descubrir cuán importante es para un individuo el tener acceso a internet, determinar la cantidad de veces en que se conectan a esta herramienta y sus razones.

Cuantitativo

Para Hernández et al. (2010), el enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (p. 4).

Cada etapa del presente estudio se definió ordenando las ideas que se establecieron en los objetivos, las cuales permitieron la construcción teórica.

Población

El estudio se realiza con una muestra seleccionada de 50 habitantes de la comunidad de 28 Millas, mayores de trece años, a los cuales se les aplicará la encuesta. La cantidad de la muestra se establece por efectos de tiempo y recursos, por lo que no es representativa de toda la población.

Fuentes de información

La generación de ideas surge de varias fuentes, incluye las experiencias de las personas, libros consultados y material de internet.

Las fuentes primarias nos proporcionan la evidencia directa del tema en investigación. Al hablar de fuentes primarias, se hace referencia a diarios, revistas, autobiografías y fotografías, entre otros. Las fuentes secundarias analizan las fuentes primarias, las analizan y comentan.

Recolección de datos

Se establece un método estructurado con los pasos por seguir en la obtención de la información requerida, es un plan detallado que reúne datos con propósitos específicos.

Variables

Los términos que se miden en esta investigación, están planteados desde el inicio, es lo que se busca analizar. En el cuadro 1 se presenta la operacionalización de las variables.

Cuadro No.1 Operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variable	Indicador	Conceptualización	Instrumentalización	Operacionalización
Definir el nivel de escolaridad.	Nivel de escolaridad.	Secundaria incompleta.	Habitantes de la comunidad que no han concluido sus estudios de secundaria.	Cuestionario.	¿Cuál es su grado académico? Pregunta número 5.
Determinar los programas básicos de mercadotecnia	Estrategia.	Pizarras en los puntos de encuentro.	Forma en la cual se les harán las ideas del proyecto.	Cuestionario.	¿Cómo se entera de las actividades importantes que se realizan? Pregunta número 7.

<p>Justificar la importancia del acceso a internet.</p>	<p>Internet mejora calidad de vida.</p>	<p>Conexión de internet.</p>	<p>Conocer si los habitantes saben cuánto puede mejorar su calidad de vida el uso eficiente de internet.</p>	<p>Cuestionario.</p>	<p>¿Sabía usted que con el uso de internet usted puede mejorar sus conocimientos y habilidades? Pregunta número 12.</p>
---	---	------------------------------	--	----------------------	--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El instrumento utilizado para recolectar la información requerida para este estudio, fue el cuestionario. La muestra seleccionada fue de 50 personas, habitantes de la comunidad de 28 Millas, del cantón de Matina, de la provincia de Limón.

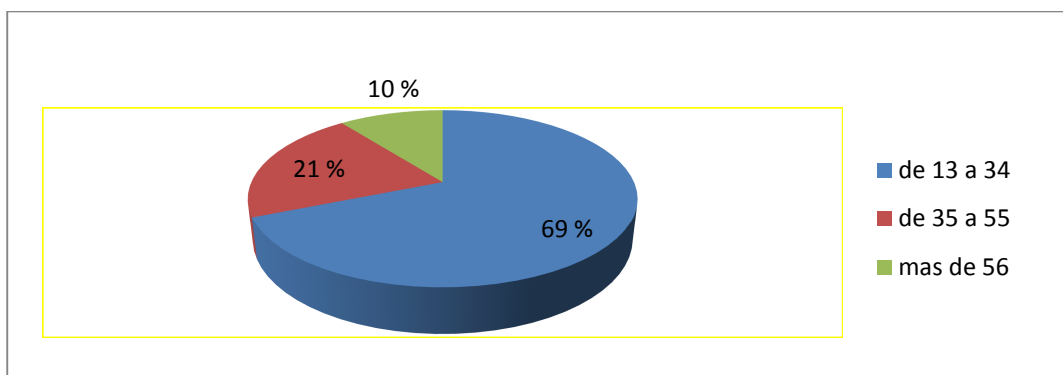


Gráfico 1. Edad.

Fuente: Elaboración propia.

De la muestra seleccionada y entrevistada, el 69 % están clasificados como jóvenes menores de 35 años, solo un 10 % de la muestra ha cumplido más de 56 años, tal como se ve en el gráfico 1.

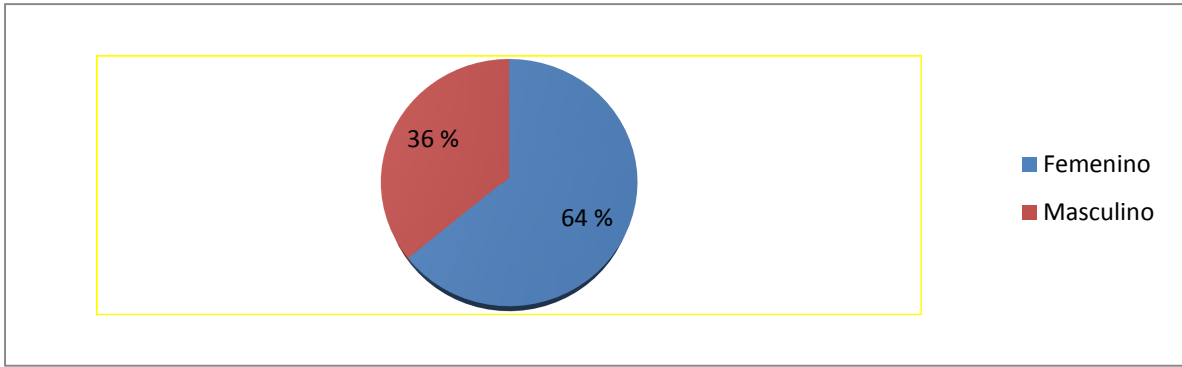


Gráfico 2. Sexo.

Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 2 se observa que el 64 % de la población en estudio corresponde al sexo femenino.

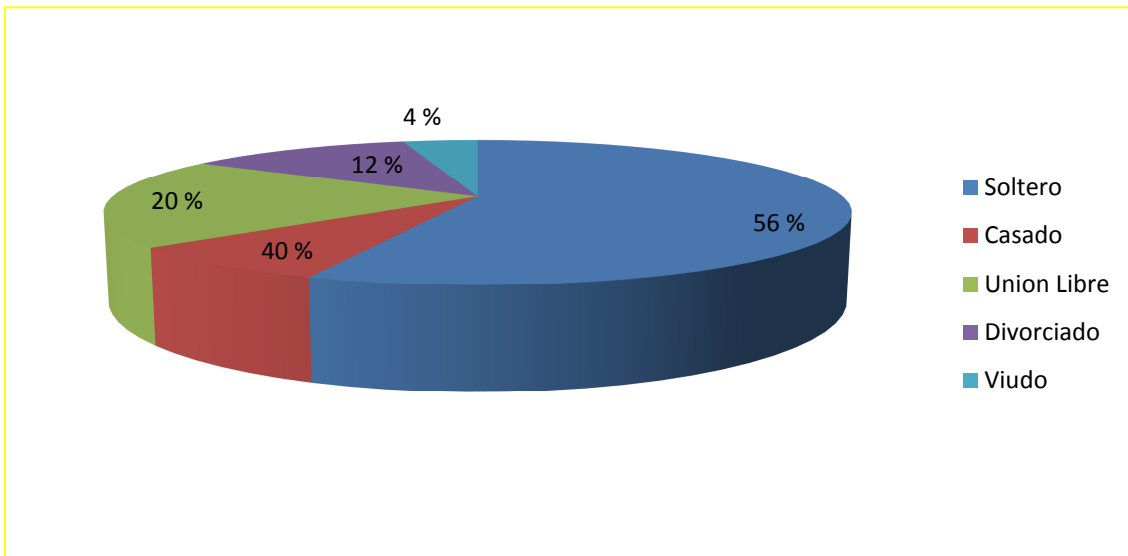


Gráfico 3. Estado civil.

Fuente: Elaboración propia.

Un 56 % de la muestra son solteros y un 20 % convive en unión libres (gráfico 3).

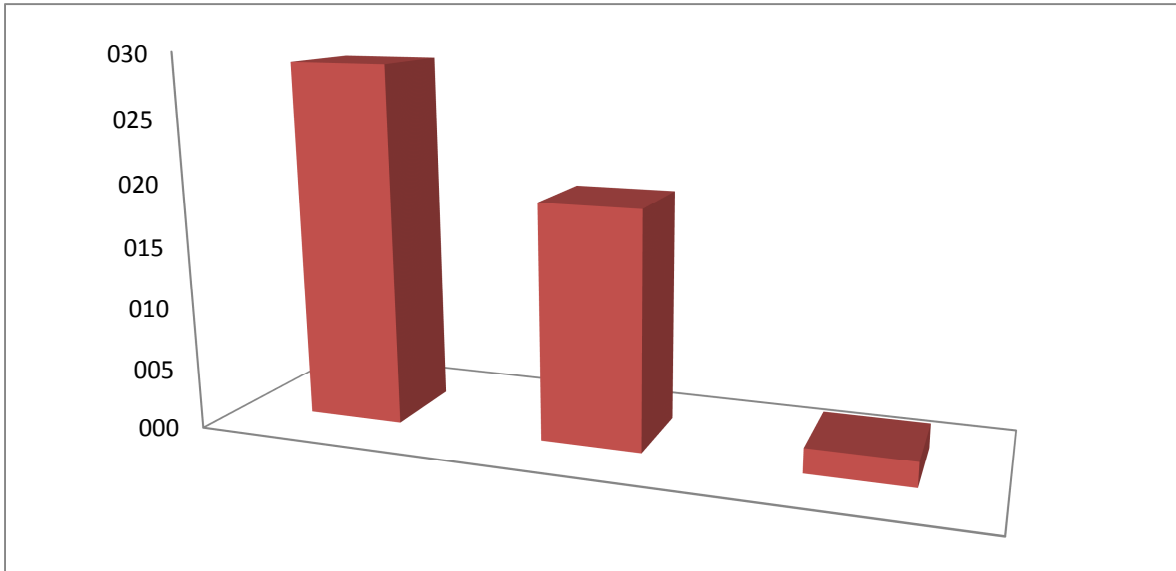


Gráfico 4. Nivel de ingreso.

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4 se puede ver que un 58 % de la muestra tiene un nivel de ingreso menor de $\text{¢}151.000$, y que tan solo un 4 % recibe un salario superior a $\text{¢}300.000$.

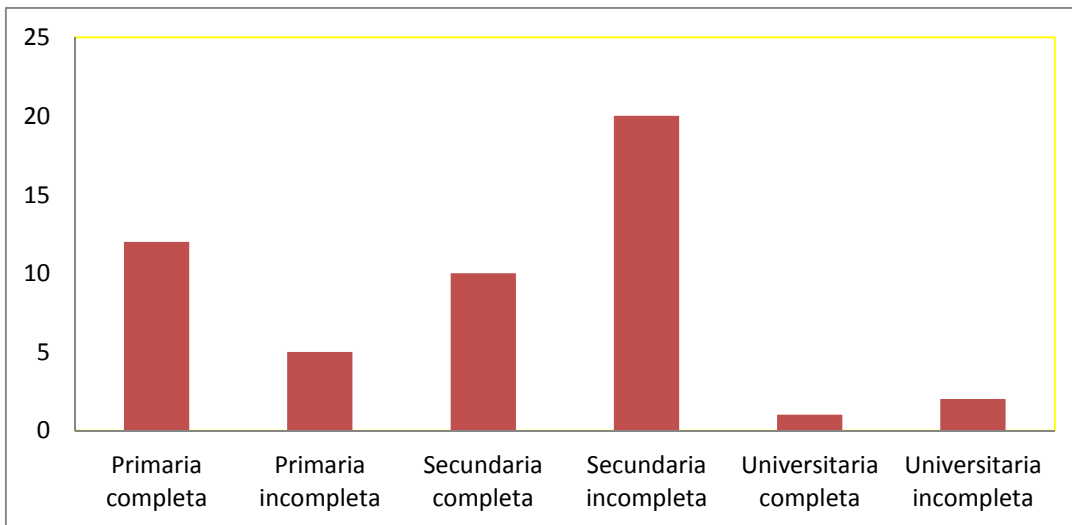


Gráfico 5. Último grado académico alcanzado.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver en el gráfico 5, los programas por presentar han de ser muy amplios y variados, ya que se cuenta con una población con diferentes niveles de escolaridad, donde en mayor porcentaje sobresale la educación secundaria y primaria incompleta.

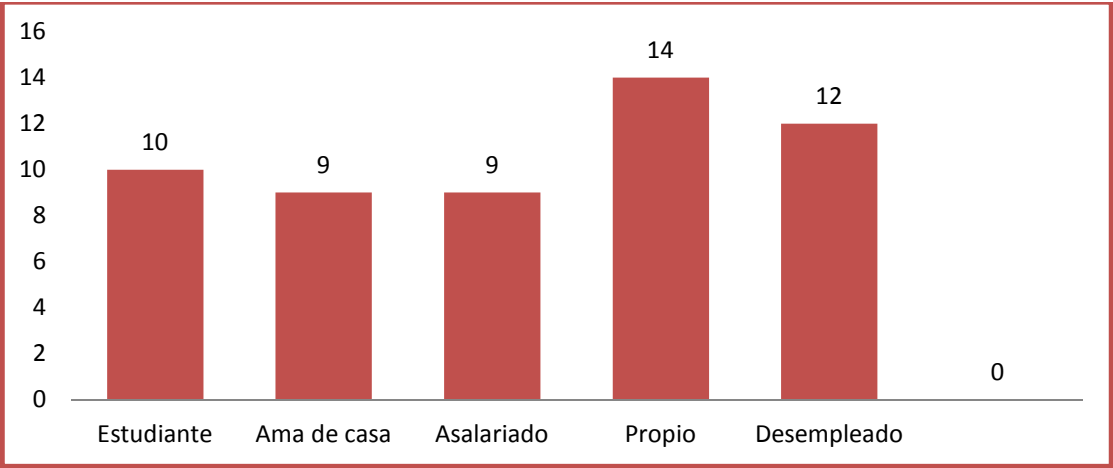


Gráfico 6. Ocupación.

Fuente: Elaboración propia.

El promedio entre estudiantes, desempleados y trabajadores independientes es de un 24% (gráfico 6).

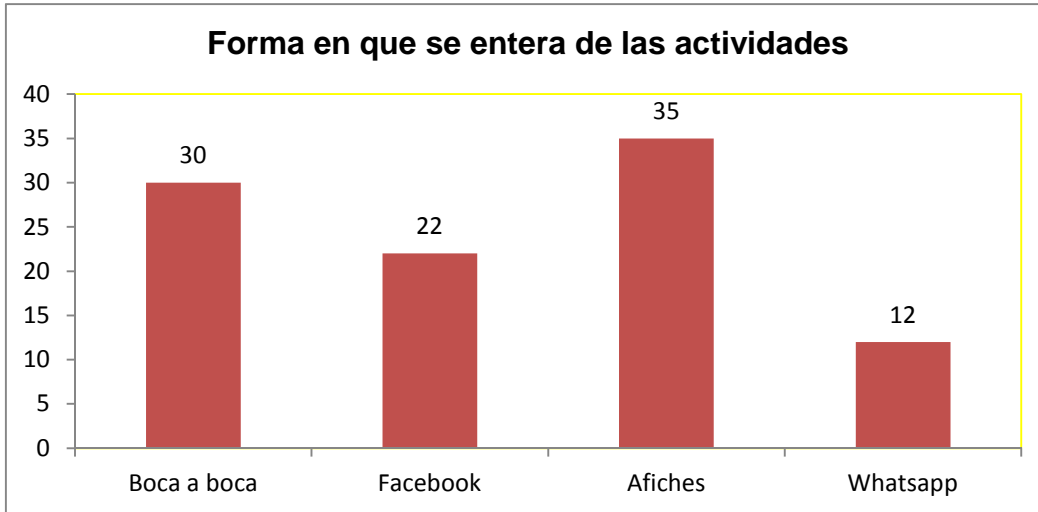


Gráfico 7. Forma en que se entera de las actividades.

Fuente: Elaboración propia.

El medio utilizado por la mayoría de la población para estar informados sobre los eventos que acontecen a la comunidad son afiches ubicados en puntos de encuentro, la comunicación verbal entre varios y la herramienta del Facebook (gráfico 7).

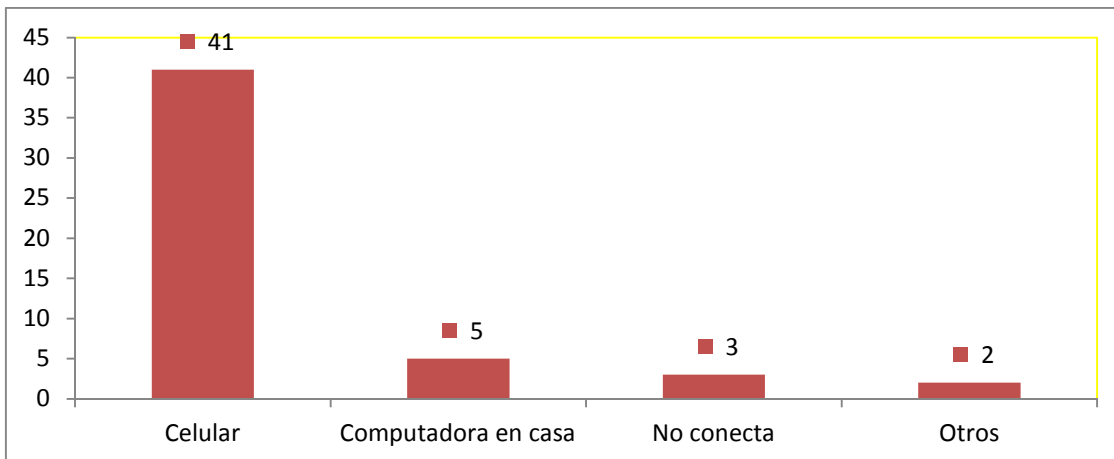


Gráfico 8. Herramienta que usa para conectarse a internet.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la información que se presenta en el gráfico 8, el 82 % de los encuestados utilizan el teléfono celular para conectarse a internet.

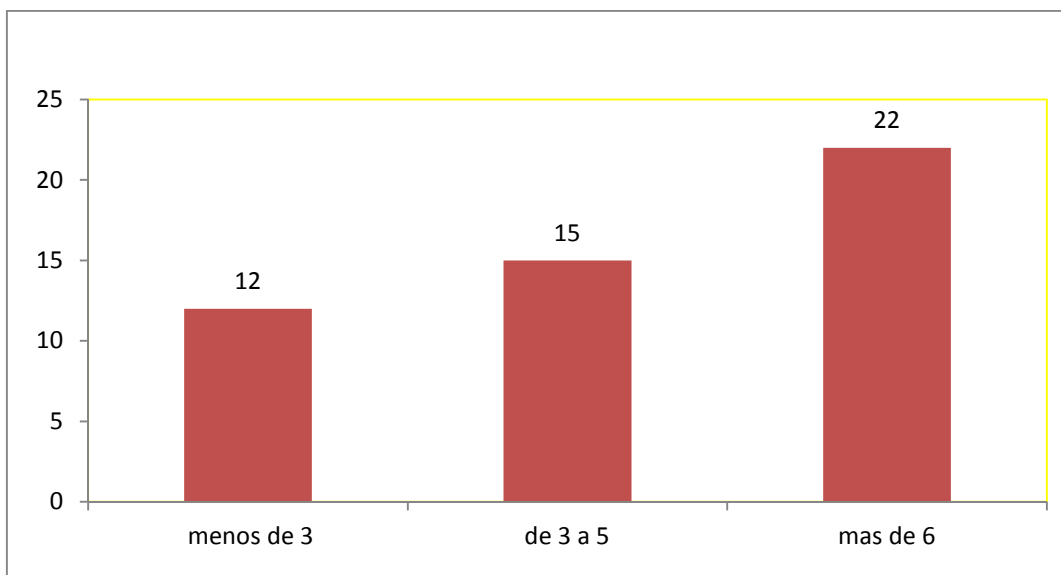


Gráfico 9. Veces a la semana que usa internet.

Fuente: Elaboración propia.

Un 74% de la población usa internet más de tres veces a la semana, según los datos que se muestran en el gráfico 9.

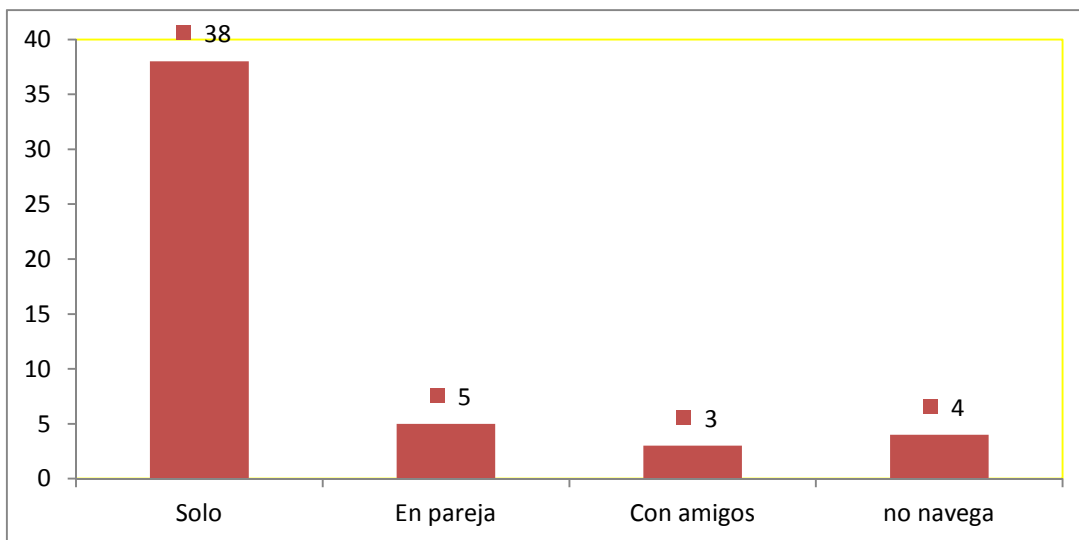


Gráfico 10. ¿Con quién navegan en internet?

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los usuarios navegan de manera individual, tal como se observa en el gráfico 10; estos representan un 76 % de los encuestados, y existe un 8 % que no utiliza internet del todo.

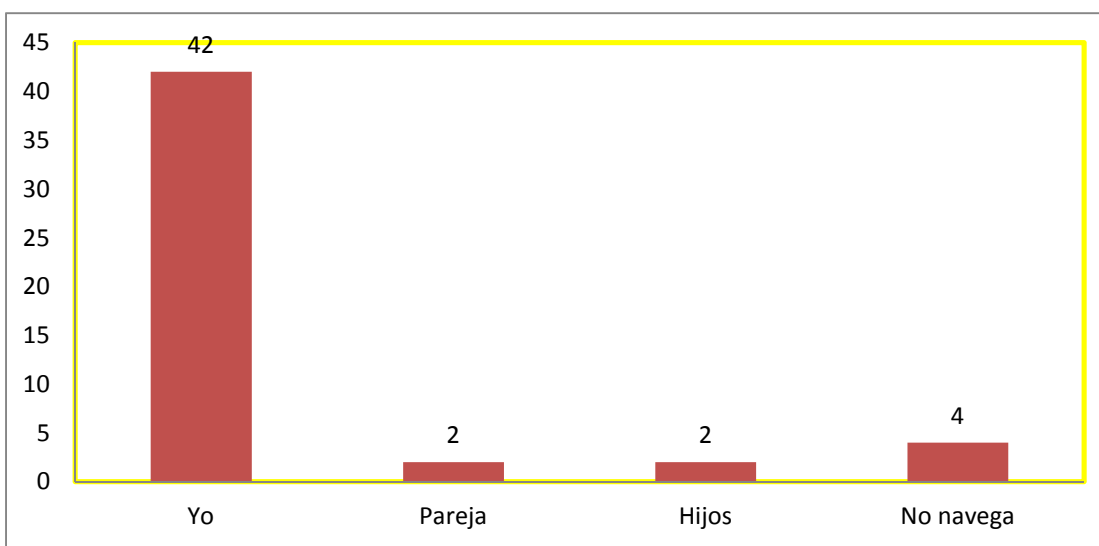


Gráfico 11. Persona que elige la página al navegar.

Fuente: Elaboración propia.

De la población que navega, el 96 % elige el sitio al que desea tener acceso (gráfico 11).

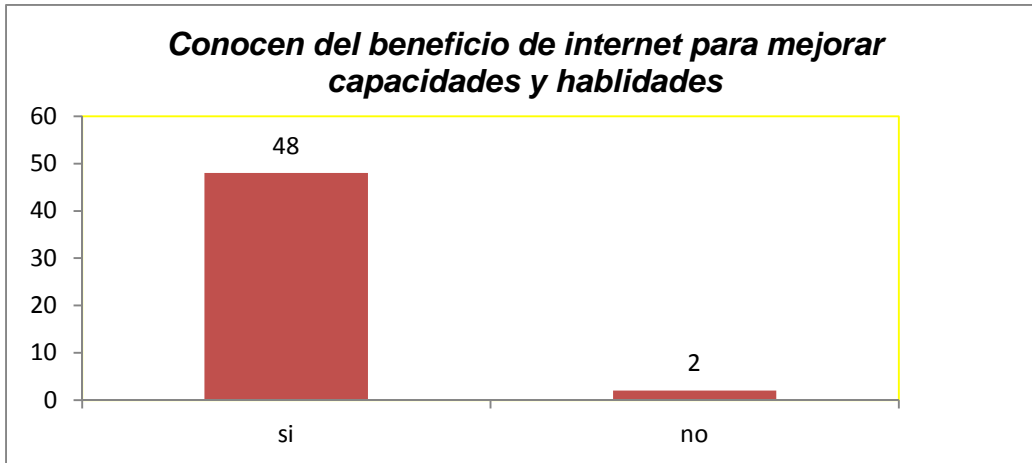


Gráfico 12. Conocen el beneficio de internet para mejorar capacidades y habilidades.

Fuente: Elaboración propia. 2.014

El 98 % de la población (gráfico 12) sabe que sus capacidades y habilidades tienen la gran oportunidad de desarrollarse de mejor manera con un buen uso del internet.

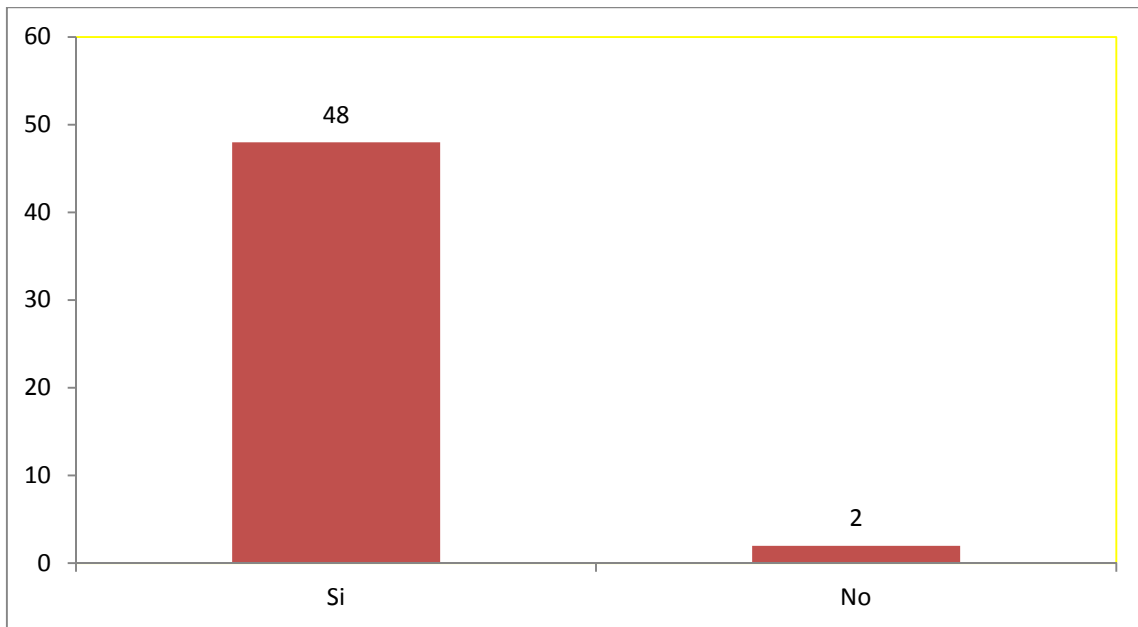


Gráfico 13. Conocen del uso educativo y recreativo que se le da a internet.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos que se presentan en el gráfico 13, solo el 2 % desconoce el uso educativo que se le puede dar al Internet.

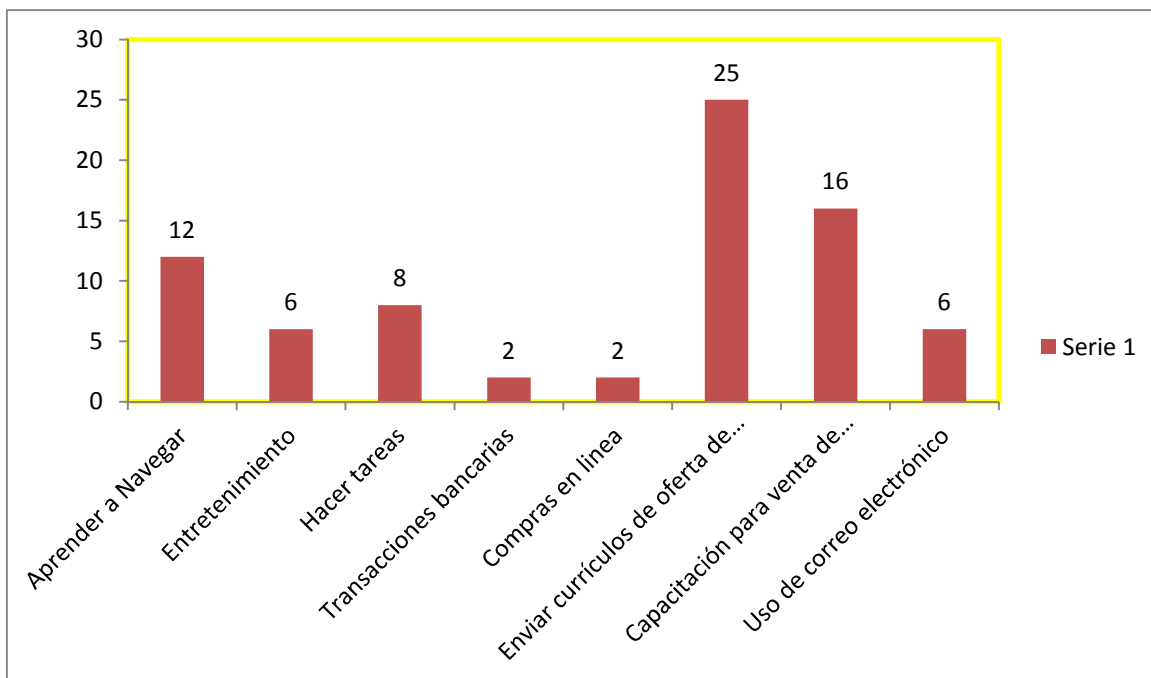


Gráfico 14. Usos que le darán al internet en el centro de estudio

Fuente: Elaboración propia.

Los datos que muestra el gráfico 14 indican que a más del 50 % de los entrevistados les gustaría la puesta en marcha del proyecto, para aprender a confeccionar currículos que les ayuden a buscar trabajo y un 32 % desearía aprender a promover sus productos en otros mercados.

CONCLUSIONES

La educación constituye un factor primordial para la superación personal de todo individuo; indistintamente de su nivel socio-económico o académico, siempre existen necesidades de conocimiento por satisfacción y por el deseo de aplicarlo en distintos momentos de la vida.

Los habitantes que residen en esta comunidad, en su mayoría, tienen pendiente la conclusión de sus estudios tanto de primaria como de secundaria. Por lo tanto, los programas para el uso de internet que se han de diseñar deben tomar en cuenta este factor, para que sea dirigido hacia ellos y que puedan ser complementarios para quienes quieran finalizar su ciclo educativo, como también para ofrecerles otros programas que les sea atractivos acordes a su nivel de interés, conocimiento y asimilación.

Para lograr el éxito y afluencia de público a las actividades sociales y de entretenimiento que se realizan en la comunidad de 28 Millas, de Matina, en la provincia de Limón, a sus habitantes se les informa mediante comunicación tradicional; los organizadores buscan puntos de acceso y colocan afiches con los detalles y hora de cada una de las actividades por realizar. Entre los miembros de la comunidad, circula la información por las redes sociales, y mediante comunicación personal a sus conocidos y familiares para hacer grupos y asistir.

El nivel de desempleo en la zona es muy alto, esto se transforma en oportunidades que son aprovechadas por los que tienen condiciones para iniciar

su propios negocios. La actividad principal en la zona es la agricultura. El estado civil de la mayoría de los habitantes es la soltería o la convivencia en unión libre.

El nivel de ingreso promedio de las personas que son asalariadas es bajo, esto los hace usuarios de internet, pero con acceso a través del celular y no de una computadora, por lo que la tarifa no les permite conectarse para fines educativos, solo para entrar a las redes sociales, a pesar de que conocen los grandes beneficios del uso de esta herramienta para mejorar sus competencias y habilidades por medio de la capacitación.

El centro de estudio con acceso a internet es una oportunidad que desean los habitantes de la comunidad para mejorar sus habilidades, tanto para quienes trabajan en lo propio y desean aprender a mercadear sus productos en otros mercados, recibir capacitación para acceder a créditos y mejorar su producción, como los que buscan ser contratados y desean aprender a confeccionar y enviar sus hojas de vida a las empresas para concursar por un puesto.

El involucramiento de las universidades que están instaladas en la provincia de Limón, facilitando a sus alumnos como instructores generaría beneficios mutuos que incentiven el emprendedurismo social que genere unidades productivas auto sostenibles en el transcurrir del tiempo.

En los alrededores de la comunidad y en las cercanías de los muelles existen predios donde se almacenan grandes cantidades de contenedores que no tienen uso, los mismos han cumplido con su ciclo de vida para requerido para el

transporte de carga, pero su estructura bien acondicionado puede ser utilizado como casa u oficina.

RECOMENDACIONES

La creación de un centro de estudio en la comunidad de 28 Millas puede colaborar para lograr una mejor calidad de vida de sus habitantes; este debe estar orientado en la preparación de programas atractivos y dinámicos, enfocados primero a la gran población que tiene pendiente la conclusión de sus estudios tanto de primaria como de secundaria. Esto se puede lograr motivando a la comunidad con charlas en las que se debe enfatizar que la reducción de la pobreza se combate con mejores niveles de educación, hacerles ver que es la única forma de tener posibilidades de ascenso hacia nuevas oportunidades de empleo y, en el caso de los que laboran en lo propio, les ayudaría a mejorar la administración de sus negocios al aplicar nuevas técnicas.

A la hora de plantear los programas de los cursos por impartir, además de ser atractivos y con alto grado de importancia, se debe tomar en cuenta el factor económico; la Asociación debe cubrir sus costos de operación, pero que esa no sea una barrera para impedir el desarrollo de las personas de la comunidad. Se requieren alianzas con centros educativos públicos y privados instalados en la provincia, para que entre sus programas de responsabilidad social, asignen profesionales o estudiantes preparados como capacitadores que trabajen por horas de trabajo en la comunidad.

Las empresas productoras de piña y banano que operan en el cantón de Matina también deben ser incorporadas; se les puede invitar para que capaciten a sus colaboradores en el centro de estudio, también para que participen en el programa y que este sea tomado en cuenta como programas de responsabilidad social con la comunidad.

El uso de redes sociales para promocionar el centro de estudio debe ser manejado directamente por la Asociación, es un recurso de bajo costo que debe ser explotado por el alcance que tiene en la comunidad. No se debe abandonar el uso de los afiches que se ubican en las paradas de buses y locales comerciales, los cuales son muy buscados por la población para conocer sobre lo que pasa en la comunidad.

La falta de conexión a internet por telefonía fija y las necesidades de formación de los habitantes de la comunidad hace muy relevante la creación del centro de estudio. Se debe homologar e incorporar los programas de los cursos por impartir a los ya establecidos para instituciones educativas acreditadas, para que los participantes tengan una certificación que les respalde además del conocimiento que obtendrán.

El centro de estudio debe enfocarse también en los pequeños productores, para que por medio de la capacitación puedan lograr el fortalecimiento de su empresa; acompañarlos en acceder a créditos a través del programa de banca de desarrollo; y capacitarlos en buenas prácticas de manejo y comercialización de

sus productos en mercados locales con miras a expandirse a mercados internacionales.

La reutilización de los contenedores abandonados en la zona y la participación de los estudiantes universitarios de la provincia en sus trabajos comunitarios siendo instructores en el centro de estudio, lograría un máximo aprovechamiento los recursos disponibles

REFERENCIAS

- AECID, (2011). Diagnóstico de necesidades y oportunidades de cooperación en la provincia de Limón de Costa Rica. Recuperado de http://aecid.cr/diagnóstico_región_atlantica_2011final
- Alcaraz, R. (2006). *El Emprendedor de éxito*. (3.º Ed.) México: Mc Graw Hill.
- Cedeño, C. (1991). *Administración de la empresa*. (3.º Ed.) Costa Rica: EUNED.
- Dirección Nacional de Desarrollo de Comunidades. (2014). *Antecedentes*. Recuperado de www.dinadeco.go.cr
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (4.º Ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. y Keller, K. (2006) *Dirección de marketing* (12.º Ed.) México: Pearson Educación.
- McGoldrick, P. y Greenland, S. (1996). *Comercialización y venta de servicios financieros*. España: Mc Graw Hill.
- Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo. (2010). *Fortalecimiento de las capacidades municipales para la planificación del desarrollo humano local* Recuperado de <http://erc.undp.org/evaluationadmin.html>
- Sapag, N. y Sapag, R. (2000) *Preparación y evaluación de proyectos* (4.º Ed.) Chile: Mc Graw Hill.
- Tacsan, R. (2001). *Comercio Internacional* (2.º Ed.) Costa Rica: EUNED.

ANEXOS



Estimado vecino de la comunidad de 28 Millas:

Agradecemos su colaboración al llenar esta encuesta, que tiene como objetivo conocerle mejor para ofrecerle un servicio de conexión a internet a través de la Asociación de Desarrollo de la comunidad. Para su tranquilidad, esta encuesta es anónima y de uso confidencial y exclusivo de la Asociación.

1. ¿Cuál es su rango de edad?

13-34 años 35-55 años Más de 56 años

2. Indique su sexo:

Femenino Masculino

3. Indique su estado civil:

Soltero Casado Viudo

Unión libre Divorciado

4. Indique su rango de ingresos mensuales:

Menos de ¢151.000 De ¢151.000 a ¢300.000 mensual

Más de ¢300.000 mensuales

5. ¿Cuál es su último grado académico obtenido?

Primaria completa Primaria incompleta Secundaria completa

Secundaria incompleta Universitaria completa Universitaria

incompleta

6.Cuál es su ocupación? (puede marcar más de una opción)

Estudiante Ama de casa Asalariado

Trabaja en lo propio Desempleado

7. ¿Cómo se entera de las actividades importantes que se realizan en la comunidad? (puede marcar más de una opción)

Boca a boca Radio local Facebook Mensaje texto

Perifoneo Periódico Afiches Whatsapp

8. ¿Qué utiliza para tener acceso a internet? (puede marcar más de una opción)

Celular Computadora en casa

No acceso Otras indique _____

9. ¿Cuántas veces a la semana accede a internet?

De 0 a 3

De 3 a 5

6 o más

10. La mayoría de las veces, usted navega:

Solo, sin compañía En pareja Con sus hijos, sin su pareja

Con su familia Con sus amigos Usted no lo usa, solo sus hijos

Otro. Especifique: _____

11. Normalmente, ¿quién elige los sitios en que navega? (puede marcar más de una opción)

Usted Su pareja Sus hijos Sus amigos

El que paga Otro: _____.

12. ¿Sabía usted que con el uso de internet puedes mejorar sus conocimientos y habilidades?

Sí No

13. ¿Conoce usted las ventajas del uso del internet para fines educativos y recreativos?

Sí No

14. ¿Le gustaría que la Asociación de Desarrollo Comunal de 28 Millas le facilite un lugar donde pueda tener acceso a internet a bajo costo con una conexión rápida?

() Sí () No. ¿Por qué? _____

15. Por favor indique ¿cuáles serían los usos que le daría al internet en caso de tener la posibilidad de conexión con la asistencia de un instructor? (puede marcar más de una opción)

Aprender a navegar ()

Como entretenimiento ()

Hacer tareas ()

Estudios en línea ()

Transacciones bancarias ()

Compras en línea ()

Enviar currículos para trabajos ()

Para hacer teletrabajo ()

Capacitación para vender su cosechas en otros mercados ()

Crear un correo para comunicarme con mi familia ()

16. ¿Tiene usted algún comentario adicional?

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. _____

¡Muchas gracias por su valioso tiempo!