



**UNIVERSIDAD LATINA
DE COSTA RICA**

POWERED BY **Arizona State University**

**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS HEREDIA
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS
MAESTRÍA PROFESIONAL EN GERENCIA DE PROYECTOS**

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

**Desarrollo de la estrategia Competitiva de una Red Social Deportiva
bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el
año 2022**

ELABORADO POR
JOHAN FIGUEROA GUEVARA

TUTOR

Daniel Suchar Zommer, PhD

HEREDIA, COSTA RICA

JUNIO, 2022

Licencia De Distribución No Exclusiva (carta de la persona autora para uso didáctico)

Universidad Latina de Costa Rica

Yo (Nosotros):	Johan Figueroa Guevara
De la Carrera / Programa:	Maestría Profesional en Gerencia de Proyectos
Modalidad de TFG:	Memoria Final de Graduación
Titulado:	Desarrollo de la estrategia competitiva de una Red Social Deportiva bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el año 2022

Al firmar y enviar esta licencia, usted, el autor (es) y/o propietario (en adelante el "AUTOR"), declara lo siguiente: **PRIMERO:** Ser titular de todos los derechos patrimoniales de autor, o contar con todas las autorizaciones pertinentes de los titulares de los derechos patrimoniales de autor, en su caso, necesarias para la cesión del trabajo original del presente TFG (en adelante la "OBRA"). **SEGUNDO:** El AUTOR autoriza y cede a favor de la **UNIVERSIDAD U LATINA S.R.L.** con cédula jurídica número 3-102-177510 (en adelante la "UNIVERSIDAD"), quien adquiere la totalidad de los derechos patrimoniales de la **OBRA** necesarios para usar y reusar, publicar y republicar y modificar o alterar la **OBRA** con el propósito de divulgar de manera digital, de forma perpetua en la comunidad universitaria. **TERCERO:** El AUTOR acepta que la cesión se realiza a título gratuito, por lo que la **UNIVERSIDAD** no deberá abonar al autor retribución económica y/o patrimonial de ninguna especie. **CUARTO:** El AUTOR garantiza la originalidad de la **OBRA**, así como el hecho de que goza de la libre disponibilidad de los derechos que cede. En caso de impugnación de los derechos autorales o reclamaciones instadas por terceros relacionadas con el contenido o la autoría de la **OBRA**, la responsabilidad que pudiera derivarse será exclusivamente de cargo del **AUTOR** y este garantiza mantener indemne a la **UNIVERSIDAD** ante cualquier reclamo de algún tercero. **QUINTO:** El **AUTOR** se compromete a guardar confidencialidad sobre los alcances de la presente cesión, incluyendo todos aquellos temas que sean de orden meramente institucional o de organización interna de la **UNIVERSIDAD**. **SEXTO:** La presente autorización y cesión se regirá por las leyes de la República de Costa Rica. Todas las controversias, diferencias, disputas o reclamos que pudieran derivarse de la presente cesión y la materia a la que este se refiere, su ejecución, incumplimiento, liquidación, interpretación o validez, se resolverán por medio de los Tribunales de Justicia de la República de Costa Rica, a cuyas normas se someten el **AUTOR** y la **UNIVERSIDAD**, en forma voluntaria e incondicional. **SÉPTIMO:** El **AUTOR** acepta que la **UNIVERSIDAD**, no se hace responsable del uso, reproducciones, venta y distribuciones de todo tipo de fotografías, audios, imágenes, grabaciones, o cualquier otro tipo de

presentación relacionado con la **OBRA**, y el **AUTOR**, está consciente de que no recibirá ningún tipo de compensación económica por parte de la **UNIVERSIDAD**, por lo que el **AUTOR** haya realizado antes de la firma de la presente autorización y cesión. **OCTAVO**: El **AUTOR** concede a **UNIVERSIDAD**., el derecho no exclusivo de reproducción, traducción y/o distribuir su envío (incluyendo el resumen) en todo el mundo en formato impreso y electrónico y en cualquier medio, incluyendo, pero no limitado a audio o video. El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD**. puede, sin cambiar el contenido, traducir la **OBRA** a cualquier lenguaje, medio o formato con fines de conservación. **NOVENO**: El **AUTOR** acepta que **UNIVERSIDAD** puede conservar más de una copia de este envío de la **OBRA** por fines de seguridad, respaldo y preservación. El **AUTOR** declara que el envío de la **OBRA** es su trabajo original y que tiene el derecho a otorgar los derechos contenidos en esta licencia. **DÉCIMO**: El **AUTOR** manifiesta que la **OBRA** y/o trabajo original no infringe derechos de autor de cualquier persona. Si el envío de la **OBRA** contiene material del que no posee los derechos de autor, el **AUTOR** declara que ha obtenido el permiso irrestricto del propietario de los derechos de autor para otorgar a **UNIVERSIDAD** los derechos requeridos por esta licencia, y que dicho material de propiedad de terceros está claramente identificado y reconocido dentro del texto o contenido de la presentación. Asimismo, el **AUTOR** autoriza a que en caso de que no sea posible, en algunos casos la **UNIVERSIDAD** utiliza la **OBRA** sin incluir algunos o todos los derechos morales de autor de esta. **SI AL ENVÍO DE LA OBRA SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA U ORGANIZACIÓN QUE NO SEA UNIVERSIDAD U LATINA, S.R.L., EL AUTOR DECLARA QUE HA CUMPLIDO CUALQUIER DERECHO DE REVISIÓN U OTRAS OBLIGACIONES REQUERIDAS POR DICHO CONTRATO O ACUERDO.** La presente autorización se extiende el día 27 de junio de 2022 a las 07:00p.

Firma del estudiante(s):

<p>JOHAN ALBERTO FIGUEROA GUEVARA (FIRMA)</p>	<p>Firmado digitalmente por JOHAN ALBERTO FIGUEROA GUEVARA (FIRMA) Fecha: 2022.06.29 20:32:11 -06'00'</p>
--	---



UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS HEREDIA CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS

CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL TUTOR DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Heredia, 1 de agosto de 2022

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: **Desarrollo de la estrategia Competitiva de una Red Social Deportiva bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el año 2022**, elaborado por el estudiante: **Johan Alberto Figueroa Guevara**, como requisito para que el citado estudiante pueda optar por el grado académico **Maestría Profesional en Gerencia de Proyectos**.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su entrega ante el Comité de Trabajos Finales de Graduación.

Suscribe cordialmente,

DANIEL MARIO SUCHAR
ZOMER (FIRMA)
Firmado digitalmente por DANIEL MARIO SUCHAR ZOMER (FIRMA)
Fecha: 2022.06.29 18:56:25 -06'00'

PhD. Daniel Suchar Zomer



**UNIVERSIDAD LATINA
DE COSTA RICA**

POWERED BY **Arizona State University**

**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS HEREDIA
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL LECTOR
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

Heredia, 19 de junio de 2022

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

Estimados señores:

He revisado y corregido el Trabajo Final de Graduación, denominado: **Desarrollo de la estrategia Competitiva de una Red Social Deportiva bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el año 2022**, elaborado por el estudiante: **Johan Alberto Figueroa Guevara**, como requisito para que el citado estudiante pueda optar por el grado académico **Maestría Profesional en Gerencia de Proyectos**.

Considero que dicho trabajo cumple con los requisitos formales y de contenido exigidos por la Universidad, y por tanto lo recomiendo para su entrega ante el Comité de Trabajos Finales de Graduación.

Suscribe cordialmente,

RONALD
DAVID
CAMACHO
PEREZ (FIRMA)

Firmado digitalmente
por RONALD DAVID
CAMACHO PEREZ
(FIRMA)
Fecha: 2022.06.29
14:24:09 -06'00'

MPM. Ronald Camacho Pérez.



**UNIVERSIDAD LATINA CAMPUS HEREDIA
CENTRO INTERNACIONAL DE POSGRADOS**

**CARTA DE APROBACIÓN POR PARTE DEL FILÓLOGO
DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

Heredia, 24 de junio de 2022

Señores

Miembros del Comité de Trabajos Finales de Graduación

SD

Estimados señores:

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación, denominado: **Desarrollo de la estrategia Competitiva de una Red Social Deportiva bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el año 2022**, elaborado por el estudiante: **Johan Alberto Figueroa Guevara**, como requisito para que el citado estudiante pueda optar por el grado académico Maestría Profesional en Gerencia de Proyectos.

Corregí el trabajo en aspectos, tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como Trabajo Final de Graduación; por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Suscribe de Ustedes cordialmente,

GINETTE
FONSECA
VARGAS (FIRMA)

Firmado digitalmente por
GINETTE FONSECA VARGAS
(FIRMA)
Fecha: 2022.06.29 20:17:59
-06'00'

Licda. Ginette Fonseca Vargas
Licenciada en Filología Española
Carné: 10993
Filóloga

MANIFESTACIÓN EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El suscrito, Johan Alberto Figueroa Guevara con cédula de identidad número 112260428, exonero de toda responsabilidad a la Universidad Latina, campus Heredia; así como al Tutor y Lector que han revisado el presente trabajo final de graduación, para optar por el título de MAESTRÍA PROFESIONAL EN GERENCIA DE PROYECTOS de la Universidad Latina, campus Heredia; por las manifestaciones y/o apreciaciones personales incluidas en el mismo. Asimismo, autorizo a la Universidad Latina, campus Heredia, a disponer de dicho trabajo para uso y fines de carácter académico, publicitando el mismo en el sitio web; así como en el CRAI.

Heredia, 24 de junio de dos mil veintidós.

JOHAN ALBERTO
FIGUEROA
GUEVARA (FIRMA)

Firmado digitalmente por
JOHAN ALBERTO FIGUEROA
GUEVARA (FIRMA)
Fecha: 2022.06.29 20:26:33
-06'00'

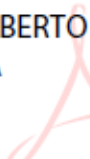
Johan Alberto Figueroa Guevara

DECLARACIÓN JURADA

El suscrito, Johan Alberto Figueroa Guevara con cédula de identidad número 112260428, declaro bajo fe de juramento, conociendo las consecuencias penales que conlleva el delito de perjurio: Que soy el autor del presente trabajo final de graduación, modalidad memoria; para optar por el título de MAESTRÍA PROFESIONAL EN GERENCIA DE PROYECTOS de la Universidad Latina, campus Heredia, y que el contenido de dicho trabajo es obra original del suscrito.

Heredia, 24 de junio del dos mil veintidós.

JOHAN ALBERTO
FIGUEROA
GUEVARA
(FIRMA)



Firmado digitalmente
por JOHAN ALBERTO
FIGUEROA GUEVARA
(FIRMA)
Fecha: 2022.06.29
20:25:32 -06'00'

Johan Alberto Figueroa Guevara

RESUMEN EJECUTIVO

En este proyecto se desarrolló una estrategia competitiva para una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto y que permita la toma de decisiones de los administradores de este.

Como antecedente, se observa todo el peregrinar de la web, se valora cómo ha tenido que irse reinventando, adaptarse tanto a las exigencias del usuario como a las posibilidades tecnológicas de la época. Inició con páginas web básicas, estáticas, texto sobre una pantalla, evolucionó con animaciones. Posteriormente aparecieron los portales web, que fueron (y aún lo son) revistas en línea con variedad de contenido, mismo contenido que se cargaba en el sitio de manera manual, pero que, pese a lo rudimentario en el manejo de la información, suponían al usuario ir a un solo sitio para encontrar contenido. Los buscadores, con su llegada, marcaron un hito en la web, nos permitió poder bucear en toda la web, ya no era necesario aprender, averiguar y a veces ¡hasta adivinar! la dirección de los sitios web con la información que nos interesa localizar, basta con colocar el tema deseado y el buscador se encargaba de llevarnos a un sitio relevante a nuestra búsqueda.

El nacimiento de los blogs despertó la necesidad de tener nuestro propio espacio en la internet, su aparición evidenció que el usuario común quería ser visto de alguna u otra forma en internet (pese que para esos años subir una foto propia a internet era impensable). Conscientes de esto varias empresas desarrolladoras comenzaron con plataformas en línea que permitieran tener un espacio propio en internet, fue cuando se vio la aparición de sitios como MySpace, Sonico, Hi5, hasta llegar a la red social por excelencia: Facebook. La web 3.0 había nacido.

La web 3.0 y sus redes sociales, especialmente Facebook, lograron algo que los buscadores como Google no habían logrado. Google nos llevaba hacia la información, Facebook nos traía la información. Con Google se busca hacia dónde ir, Facebook nos trae la información en un mismo sitio sin la necesidad de movernos a ningún lado.

Todo este cambio en el paradigma de cómo usar la web, hizo cada vez más popular a las redes sociales, lo cual despertó la necesidad de no una, sino de varias redes sociales cada vez más especializadas. LinkedIn, Tinder, Instagram, TikTok son ejemplo de que las redes sociales se están contrayendo en mercados cada vez más segmentados.

En este orden de ideas, se distinguió la normativa jurídica relacionada con la aplicación de datos personales que conformarán la base de datos de la Red Social, mediante la consulta en el sitio web de la Procuraduría General de la República, para gestionar los datos en total apego a la legislación costarricense. Se identificaron las principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica, especialmente la Ley de Protección de la Persona Frente al Tratamiento de sus Datos Personales Ley Nro. 8968, en la cual es cada vez más evidente segmentación en las redes sociales nos permite inferir que los seres humanos trasladan las actividades presenciales hacia la red. Por esta razón, hoy se evidencia que la tecnología está presente y cambió la forma de comunicación, trabajo, socialización, compras, traslados, comidas, aprendizaje y enseñanza en la red. Por ello, si se desarrolla en un entorno tecnológico, también se debe considerar la normativa legal.

Los deportes han estado presentes desde el principio de la humanidad. Distintos hallazgos sugieren que desde el mismo inicio los seres humanos se ha practicado actividad física, sea recreación o competitiva, a la que hoy se designa como deporte. Las actividades humanas por recreación o competitividad son parte inherente del ser humano, y al cual se integran al pasar de los años cada vez las nuevas generaciones.

Seguidamente se diseñó la fase de iniciación según el PMI (Project Management Institute), organización sin fines de lucro, que tiene como objetivo entre otras cosas, fortalecer y capacitar a los profesionales de proyectos y agentes de cambio con nuevas habilidades y formas de trabajando para maximizar su impacto.

Project Management Institute desarrolló la Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía PMBOK 7ª edición), conocida como la publicación emblemática de PMI, en la cual establece cuatro fases para la dirección de proyectos efectiva, a citar: Inicio, Planificación,

Ejecución, Monitoreo y Control y Cierre. Cabe mencionar que para efectos de este proyecto se llevaron a cabo las primeras dos fases de Inicio y Planificación.

En la fase de Inicio se determinó cuáles son los principales elementos que se deben de considerar para el desarrollo de la estrategia competitiva que permita el desarrollo de una red social deportiva en el contexto actual, tanto internos como externos, mediante herramientas como el FODA y el análisis de los principales actores que puedan intervenir en el proyecto.

Una vez analizados estos instrumentos, se procedió a trazar una ruta que permitió lograr la puesta en marcha del proyecto, que se describe en el siguiente objetivo de planificación, para la cuales se utilizó un cronograma de trabaja en el que se distribuyen los diferentes recursos a utilizar, así como el Diagrama de Gantt que sirvió para desglosar las tareas de trabajo del proyecto.

Por último, se definió una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, en este objetivo se tomó en cuenta los insumos recabados en los anteriores y permitirá desarrollar las dos primeras fases de la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI, con la Estructura de Desarrollo de Trabajo (EDT) se desglosaron los objetivos grandes o complicados en objetivos que se puedan manejar.

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO	1
1.1. Introducción	2
1.2. Antecedentes.....	4
1.3. Descripción del tema	4
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Información existente.....	6
1.6. Estudios previos	6
1.7. Estado actual de la investigación	8
1.7.1. Aporte del investigador.....	8
1.7.2. Objeto de estudio	8
1.8. Sujeto de estudio	8
1.9. Delimitación espacial	9
1.10. Delimitación temporal.....	9
1.11. Planteamiento del problema	9
1.11.1. Sistematización del problema.....	10
1.11.1.1. Planteamiento de la hipótesis	10
1.12. Objetivos	11
1.12.1. Objetivo general	11
1.12.2. Objetivos específicos	11
1.13. Justificación.....	13
1.13.1. Justificación práctica	13
1.13.2. Justificación metodológica.....	13
1.13.3. Justificación teórica.....	13
1.14. Alcances y limitaciones	14
1.14.1. Alcance	14
1.14.2. Limitaciones	15

CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	17
2.1. Marco Situacional	18
2.2. Redes sociales	19
2.2.1. Antecedentes	19
2.2.2. ¿Qué es una red social?	20
2.2.3. Impacto de las redes sociales	21
2.2.4 Principales redes sociales y opciones en el mercado.....	23
2.3. Deportes	23
2.3.1. Tipos de deportes individuales y colectivos.....	23
2.3.2. Deportes en la región	25
2.2.3. Importancia e impacto de los deportes en Costa Rica.....	29
2.4. Emprendimiento.....	30
2.4.1. ¿Qué es un emprendimiento?.....	30
2.4.2. Emprendimiento en Costa Rica	30
2.4.3. Dificultades para emprender	32
2.4.4. Financiamiento	32
2.4.5. Emprendimientos desde la academia. Papel de las universidades en el emprendimiento	34
2.4.6. Situación de emprendimientos universitarios en Costa Rica	35
2.5. ¿Qué es Project Management Institute (PMI)?	36
2.6. Metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI.....	37
2.6.1. Inicio	37
2.6.2. Planificación	37
2.6.3. Ejecución	38
2.6.4. Monitoreo y Control.....	38
2.6.5. Cierre.....	39
CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO.....	40
3.1 Tipo de investigación	41
3.2 Alcance investigativo	41
3.3 Enfoque de la investigación	42
3.4 Descripción del contexto o del sitio, en dónde se lleva a cabo el estudio.....	43
3.5 Las características de los participantes y las fuentes de información.....	43
3.6 Población.....	44

3.7	Muestra.....	45
3.8	Instrumentos de recolección de datos.....	46
3.8.1	Las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos.....	46
3.8.2	Revisión documental.....	46
3.8.3	Tipos de fuentes	47
3.8.3.1	Primaria	47
3.8.3.2	Secundaria	47
3.8.3.3	Terciaria.....	47
3.8.4	Revisión de páginas web	48
3.8.5	Entrevistas.....	48
3.9	Aplicación de técnicas e instrumentos	49
3.9.1.	Revisión documental.....	49
3.9.2.	Revisión de sitios web.....	50
3.9.3.	Escala de Likert.....	50
3.10	Validez de las herramientas de investigación.....	50
3.11	Técnicas de análisis de información	51
3.11.1	Gráficos	51
3.11.2	Presentación textual	51
3.11.3	Presentación semitabular	51
3.11.4	Presentación tabular	52
3.12	Variables.....	52
3.12.1	Variables Cualitativas	52
3.12.2	Nivel de medición nominal	53
3.12.3	Variable Conceptual.....	53
3.12.4	Variable Operacional	53
3.12.5	Variable instrumental	54
CAPÍTULO 4: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		55
4.1.	Análisis e interpretación de resultados.....	56
4.2.	Interpretación de los resultados	56
4.3.	Proyección presupuestaria de la propuesta para estimar el costo de la elaboración de una red social deportiva	60
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		62
5.1.	Conclusiones.....	63

5.2 Recomendaciones.....	65
CAPÍTULO 6: LA PROPUESTA.....	68
6.1. Introducción.....	69
6.2. Principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.....	69
6.2.1. Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales, (Ley 8968)	69
6.3. Fase de iniciación según el PMI	71
6.3.1. Business case.....	71
6.3.1.1. El problema	71
6.3.1.2 Análisis FODA	72
6.3.1.3. Oportunidad de negocio	73
6.3.1.4. Resultados previstos	74
6.3.1.5. Recomendaciones:.....	74
6.3.1.6. Justificación.....	75
6.3.1.7. Definición del proyecto	76
6.3.1.8. Descripción del proyecto.....	77
6.3.1.9. Metas y Objetivos	77
Fuente: Elaboración propia.....	78
6.3.1.10. Medición del alcance	78
Fuente: Elaboración propia.....	79
6.3.1.11. Supuestos del proyecto	79
6.3.1.12. Restricciones del proyecto.....	79
6.3.1.13. Principales hitos del proyecto	80
Fuente: Elaboración propia.....	80
6.4. Fase de planificación según el PMI	81
6.4.1. Riesgos de alto nivel	81
6.4.2. Aprobadores	82
6.4.3. Estructura de desglose de Trabajo (EDT)	82
6.4.4. Cronograma	84
6.4.4. Diagrama de Gantt.....	85
CAPÍTULO 7: BIBLIOGRAFÍA	89
7.1. Bibliografía	90

Índice de Tablas

Tabla 1: Clasificación futbol mayor masculino.....	27
Tabla 2: Clasificación futbol mayor femenina	28
Tabla 3: Clasificación beisbol mayor masculino	28
Tabla 4: Clasificación beisbol mayor femenino.....	28
Tabla 5: Lista de las universidades costarricenses participantes en GUESSS Costa Rica 2018	35
Tabla 6: Cantidad y porcentaje de viviendas que tienen acceso a internet.....	44
Tabla 7: Instrumentos y técnicas de aplicación	50
Tabla 8: Variables	54
Tabla 9: Percepción de los deportes	58
Tabla 10: Costos probables aproximados	61
Tabla 11: Análisis del equipo de trabajo.....	76
Tabla 12: Metas y Objetivos.....	77
Tabla 13: Metas y Objetivos.....	78
Tabla 14: Principales Hitos del proyecto	80
Tabla 15: Riesgos de alto nivel	81
Tabla 16: Aprobadores.....	82

Índice de Gráficos

Gráfico 1: ¿Cuál es su género?	56
Gráfico 2: ¿Cuál es su grupo de edad?.....	57
Gráfico 3: ¿A cuál zona del país pertenece?.....	58
Gráfico 4: Considera que las redes sociales pueden ser una herramienta para la gestión deportiva	59
Gráfico 5: ¿Considera oportuna la existencia de una red social especializada en la gestión deportiva?	59

Gráfico 6: En caso que existiera una red social deportiva ¿consideraría unirse?	60
---	----

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Estructura de desglose de Trabajo.....	83
Ilustración 2: Cronograma.....	84
Ilustración 3: Diagrama de Gantt Parte 1	85
Ilustración 4: Diagrama de Gantt Parte 2	86
Ilustración 5: Diagrama de Gantt Parte 3	87
Ilustración 6: Diagrama de Gantt Parte 4	88

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

1.1.Introducción

La pandemia COVID-19 evidenció, incluso aceleró, en estos últimos años 2020-2022, un proceso que desde hace años atrás comenzó: la virtualización de las actividades humanas más cotidianas. Años atrás el concepto virtualización (muchas veces digitalización) se suscribe únicamente a complejos procesos empresariales, en su mayoría financieros, y tecnológicamente intimidantes.

Pese a lo anterior, en los últimos años la tecnología ha entrado en un proceso acelerado de domesticación, al punto de estar inmersa en las tareas más simples, y en consecuencia al alcance de todos. Por esta razón, hoy se evidencia que la tecnología está presente y cambió la forma de comunicación, trabajo, socialización, compras, traslados, comidas, aprendizaje y enseñanza.

Las redes sociales, desde su aparición en la década tras anterior, no solo han democratizado la comunicación y la información, sino también a la tecnología misma. Las redes sociales se familiarizaron en el diario vivir, y esta nueva familiarización entre la tecnología y las personas dió origen a una etapa en la internet conocida como la web 3.0.

En esta nueva etapa no fue necesario que el usuario buscara la información (Google), sino que la información buscaría al usuario (Facebook). Esta practicidad de la información en internet basado en lo que “Me gusta”, atrajo millones de nuevos usuarios que, en etapas anteriores no habían sido alcanzados (familiarizados) con la tecnología.

El deporte es una de las actividades humanas que aún no se han logrado incorporar a la virtualización de la misma forma que otras actividades humanas lo han hecho. Existen distintas redes sociales que de manera muy específica virtualizan alguna de estas actividades cotidianas. LinkedIn es la red social profesional utilizada para contactos profesionales, buscar o contratar empleo; Instagram es la red social para compartir fotografías o videos cortos; Twitter es la red social de comunicación especializada en eventos inmediatos; Tinder es la red social especializada en buscar pareja; mientras que Facebook al no tener un área de acción específica se convierte en la red social con mayor cantidad de usuarios en el mundo.

Sin embargo, aún no existe una red social deportiva, que se integre a la cotidianidad con el éxito que otras redes sociales lo han hecho, esto significa una oportunidad para diseñar una plataforma en línea que logre integrar funcionalidades oportunas.

En consecuencia, con lo anterior se realizará una propuesta de desarrollo de una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

Al respecto, mediante consulta en el sitio web de la Procuraduría General de República, se recopilarán las principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.

Luego, se diseñará la fase de iniciación según el PMI (Project Management Institute), en la cual se analizan las partes interesadas y de llevará a cabo un FODA sobre el proyecto.

Seguidamente se diseñará la fase de planificación según el PMI (Project Management Institute), se tomará en cuentas las herramientas de PMI con el fin de definir cuales son las etapas del proyecto, fechas, recursos, entre otros.

Finalmente, se efectuará una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

1.2. Antecedentes

Las redes sociales originaron la web 3.0, con el proceso de maduración de la red 3.0, las redes sociales debieron especializarse, y esto dio lugar al nacimiento de plataformas como Instagram, LinkedIn, Tinder, entre otras, las cuales desempeñan un papel más especializado en un mercado reducido.

Esto no significa que la red social por excelencia -Facebook- no abarque todas las áreas o fines que plataformas como Tinder, LinkedIn o Instagram abarcan, pero son estas últimas las que lo hacen de manera especializada. Una red social deportiva podría unirse a las redes sociales especializadas desde el ámbito deportivo.

1.3. Descripción del tema

La academia es cuna de muchos de los grandes proyectos informáticos que hoy son parte del día a día. Google y Facebook son dos (pero no los únicos) emprendimientos en informática que hoy son una herramienta importante y que nacieron en el seno de una universidad.

El emprendimiento es una de las más importantes herramientas para superar crisis como las que se está atravesando en el contexto de la pandemia COVID-19, y en conjunto con las redes sociales tiene el potencial de desempeñar un papel crucial en la creación de nuevas oportunidades laborales, crecimiento económico, conexión de personas y el desarrollo de relaciones.

Las redes sociales juegan un papel importante actualmente, debido a que son herramientas en línea basadas en la web que permiten a las personas descubrir y aprender nueva información, compartir ideas e interactuar con nuevas personas y organizaciones. Este papel es aún más preponderante en el contexto COVID-19, puesto que el distanciamiento social al que nos obligaron las restricciones sanitarias dio paso para que las redes sociales tomaron mayor auge en cuanto a la función que vienen desempeñando desde años atrás: acercar a las personas. Clases en línea, *webinars* y reuniones en línea son cada vez más comunes en el contexto 2020, en el que las redes sociales son un actor primordial, por lo que se puede nombrar al 2020-2022 como los años en el que las tecnologías de comunicación fueron potenciadas.

El área deportiva es un campo que aún no se ha virtualizado con el éxito que otras áreas han tenido. Es posible pensar que como sociedad se ha sabido priorizar el ritmo de virtualización. Por ejemplo, en el contexto COVID-19 se atinó para que la educación fuera una de las primeras actividades humanas que más naturalmente logró el cambio. Pese a esto, aún hay actividades humanas esperando a ser virtualizadas, siendo las deportivas una de ellas.

Por esta razón, es de considerar el Desarrollo de la estrategia Competitiva de una Red Social Deportiva bajo la metodología de Gerencia de Proyectos según el PMI para el año 2022, debido a que añade una actividad humana más a la cada vez más acelerada virtualización de actividades, y representa una oportunidad de emprendimiento nacido desde la academia, como una solución a los problemas agudizados el 2020.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Desarrollar una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Distinguir la normativa jurídica relacionada con la aplicación de datos personales que figuren en la base de datos de la Red Social, mediante la consulta en el sitio web de la Procuraduría General de la República, para gestionar los datos en total apego a la legislación costarricense.
2. Diseñar la fase de iniciación según el PMI, basado en la metodología del PMBook 7^a edición, para determinar los insumos principales necesarios con miras a la puesta en marcha del proyecto.
3. Diseñar la fase de planificación según el PMI, basado en la metodología del PMBook 7^a edición, para establecer la hoja de ruta que se seguirá en la gestión del proyecto.

4. Construir una estrategia competitiva, utilizando como insumos las etapas de inicio y planificación, con el propósito de diseñar una Red Social Deportiva en el contexto actual.

1.5. Información existente

El presente proyecto final de graduación se basa en el Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Licenciatura, titulado “Propuesta para un emprendimiento de una red social deportiva nacional en su fase de diseño tecnológico”, elaborado por el licenciado Johan Alberto Figueroa Guevara en el periodo 2021.

Este proyecto desarrolló una propuesta de diseño tecnológico, en términos de su arquitectura que soportara el desarrollo de una plataforma web, que facilitó la gestión y socialización del rendimiento de los usuarios potenciales de la red social deportiva.

Sin embargo, no existe una estrategia competitiva para una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI, que permita conocer la viabilidad de introducir en el contexto nacional, una red social deportiva, que como insumo para la toma de decisiones a los administradores del proyecto.

1.6. Estudios previos

El Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Licenciatura, denominado “Propuesta para un emprendimiento de una red social deportiva nacional en su fase de diseño tecnológico”, elaborado por el licenciado Johan Alberto Figueroa Guevara en el periodo 2021, primeramente, elaboró una investigación de los deportes que históricamente se han practicado en la región, y que han impactado en Costa Rica, entre los que sobresalen el fútbol y el beisbol.

Seguidamente, para el objetivo número 2, por medio de la investigación teórica se determinó el componente social como unos de los elementos del proceso funcional más importantes propios de una red social. Esto lleva a otras funcionalidades igual de importantes,

como la necesidad de crear contactos, crear equipos, crear encuentros deportivos, registrar rendimiento deportivo y socializarlo, mediante publicaciones en la plataforma en línea.

En relación con el objetivo número 3, para el diagnóstico de una arquitectura e infraestructura tecnológica apropiada, fue indispensable determinar cuáles son las herramientas tecnológicas suficientes y disponibles para llevar a cabo un desarrollo de esta naturaleza.

Para el primer trimestre 2021, existen varios entornos de desarrollo, y a pesar de que con la mayoría se podría realizar esta arquitectura, se concluye que la plataforma Visual Studio.Net de Microsoft -descrita en el capítulo 5- es la plataforma más adecuada, debido a que permite de manera natural integrar todos los componentes necesarios.

Microsoft Visual Studio.Net, desde su motor de base de datos Microsoft Sql Server hasta su plataforma de desarrollo para dispositivos móviles Xamarin, se integran de una forma nativa a Visual Studio C#, el cual funciona como un núcleo que articula todos los componentes que rodean este desarrollo.

En este orden de ideas, el tercer objetivo sobre el diseño informático propuesto está cimentado en la integración de dos nubes distintas de dos proveedores diferentes: Amazon y Microsoft. Encontrar Amazon Web Services con Microsoft Azure dentro de un mismo *backend* nos permite concluir que los niveles de seguridad aumentan.

La ciberseguridad no es únicamente a nivel lógico, de la cual ambos proveedores -Amazon y Microsoft- se encargan de facilitar, sino además a nivel físico pues el usuario interactuará con un servidor físicamente distinto a donde se almacenarán los datos. Esta división física permite que el servidor “expuesto” a los usuarios sea distinto al servidor donde se guardarán los datos, dejando oculto a este segundo servidor con datos y aparte resultando más protegido de intromisiones o vulnerabilidades.

Por lo anterior, se concluye que una plataforma social deportiva en línea tendría una aceptación entre los potenciales usuarios. A nivel tecnológico Microsoft, con su plataforma Visual

Studio.Net, dispone de todas las herramientas necesarias para poder realizar un desarrollo de esta naturaleza.

1.7. Estado actual de la investigación

1.7.1. Aporte del investigador

El aporte del investigador en este proyecto es el desarrollo de una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, con el fin de servir como insumo para la toma de decisiones a los administradores de este.

1.7.2. Objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación se circunscribe el desarrollo de una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, y con esto de generar insumos para la toma de decisiones a los administradores de este.

La necesidad de conocer el ciclo de vida de la gerencia del proyecto de una Red Social Deportiva permitirá describir los pasos que debes seguir para hacer realidad el proyecto. En esta oportunidad, se destacará la etapa de inicio y planificación, debido a que no ha sido puesto en marcha el proyecto.

1.8. Sujeto de estudio

El sujeto de estudio es la red social deportiva, que, si bien a este momento no se ha implementado, se espera en un futuro próximo, sea una red preferida para los usuarios potenciales.

1.9. Delimitación espacial

Al ser una red social deportiva, su implementación se delimita a las plataformas informáticas y el uso del internet.

1.10. Delimitación temporal

Al igual que la delimitación espacial, el proyecto se circunscribe a las plataformas informáticas y el uso del internet, en el periodo 2022.

1.11. Planteamiento del problema

A continuación, se menciona la problemática planteada en este proyecto y se determina como problema central que no existe una estrategia competitiva para una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos que permita conocer la viabilidad de una red social deportiva, y que sirva como insumo para la toma de decisiones a los administradores del proyecto.

1. Poco interés de introducir en el mercado, una red social deportiva.
2. Desconocimiento de la preferencia de la red social deportiva, de los potenciales usuarios.
3. Falta de información legal sobre el uso de las redes sociales en Costa Rica.
4. Desconocimiento del costo operativo del proyecto.
5. Ausencia de capital base para el inicio del negocio.
6. Desconocimiento de los principales deportes a nivel nacional.
7. Desconocimiento de la necesidad y oportunidad del negocio.
8. Poca motivación para emprender.
9. Complejidad de normativa para el emprendimiento.

1.11.1. Sistematización del problema

1.11.1.1. Planteamiento de la hipótesis

Seguidamente se describen las hipótesis del trabajo, que se derivan de la problemática expuesta.

Hipótesis principal (H₁)	Hipótesis alternativa (H_a)	Hipótesis nula (H₀)
El desarrollo de una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, siendo que el ciclo del proyecto facilita la toma de decisiones a los administradores del proyecto.	Una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, no es la única herramienta que facilita la toma de decisiones a los administradores del proyecto.	Una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, no es una estrategia que permite conocer la viabilidad de una red social deportiva, por lo que no facilita la toma de decisiones a los administradores del proyecto.

1.12. Objetivos

1.12.1. Objetivo general

Desarrollar una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

El proyecto pretende conocer el ciclo del proyecto, tropicalizado a nivel nacional, de una red social deportiva, mediante la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el año 2022, para una época cada vez más acelerada por la virtualización de actividades, lo que representa una oportunidad de emprendimiento.

En esta misma línea, para cumplir con este objetivo general, se llevan a cabo los siguientes objetivos específicos, que ayudan a la elaboración del producto final de este proyecto.

1.12.2. Objetivos específicos

- 1. Distinguir la normativa jurídica relacionada con la aplicación de datos personales que figuren en la base de datos de la Red Social, mediante la consulta en el sitio web de la Procuraduría General de la República, para gestionar los datos en total apego a la legislación costarricense.*

Como parte estrategia competitiva para una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos del PMI, es necesario conocer la normativa legal que pueda afectar la puesta en práctica del proyecto, por ello, mediante consulta en el sitio web de la Procuraduría General de República, se recopila la principal normativa relacionada con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.

- 2. Diseñar la fase de iniciación según el PMI, basado en la metodología del PMBook 7ª edición, para determinar los insumos principales necesarios con miras a la puesta en marcha del proyecto.*

Para llevar a cabo la estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, es preponderante determinar cuáles son los principales elementos que se deben de considerar, tanto internos como externos, mediante herramientas como el FODA y el análisis de los principales actores que puedan intervenir en el proyecto.

Una vez analizados estos instrumentos, se procede a trazar una ruta que permita lograr la puesta en marcha del proyecto, que se describe en el siguiente objetivo de planificación.

- 3. Diseñar la fase de planificación según el PMI, basado en la metodología del PMBook 7ª edición, para establecer la hoja de ruta que se seguirá en la gestión del proyecto.*

Este objetivo servirá como insumo para la estrategia, debido a que permite desarrollar la ruta a seguir para los administradores de proyectos, ya que responde preguntas importantes como lo son ¿Cuál es la visión, el objetivo y las metas de este proyecto?, ¿Cuál es el producto o servicio que debe proporcionarse?, ¿Cuál es el problema principal y cuáles son sus posibles soluciones?, ¿a quiénes afecta este proyecto?, ¿cómo y cuáles son sus necesidades?

- 4. Construir una estrategia competitiva, utilizando como insumos las etapas de inicio y planificación, con el propósito de diseñar una Red Social Deportiva en el contexto actual.*

Este objetivo toma en cuenta los insumos recabados en los anteriores y permitirá desarrollar las dos primeras fases de la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI, a mencionar, inicio y planificación, debido a que las fases de ejecución, monitoreo y control, y cierre, no se desarrollaran.

1.13. Justificación

1.13.1. Justificación práctica

Si bien la arquitectura previamente documentada, demostró ser suficiente para un desarrollo, o plataforma, como lo es una red social, por lo que la factibilidad de este quedó demostrada. Más no así la estrategia competitiva, por esto es importante estimar documentalmente el alcance que - una vez completada la plataforma- pueda llegar a tener, porque de esto determinará el iniciar o no con los desarrollos anteriormente descritos.

1.13.2. Justificación metodológica

La justificación metodológica descansa en que se requiere una investigación de tipo descriptivo, mediante el cual se identificarán las diferentes necesidades de los usuarios potenciales para gestionar y socializar el rendimiento en las actividades deportivas. Esto se sustenta en los investigadores Hernández, Fernández y Baptista explican los estudios descriptivos como se detalla a continuación:

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989), Es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar./ En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p.71).

1.13.3. Justificación teórica

La justificación teórica se respalda en tres ejes principales:

1. La comunicación, especialmente por redes sociales
2. Deportes

3. Tecnología

A nivel de redes sociales, la Universidad de Costa Rica (2012), explica que “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos, afirma Celaya (2008, p. 3).”. Esto indica que permiten compartir y colaborar en contextos educativos, sociales o de negocios, tal es el caso de los blogs, wikis, redes sociales, YouTube, Slideshare, o Flickr, entre otras. Una de las ventajas que generan estas herramientas es que el contenido es producido por el mismo usuario, lo que lo caracteriza por su dinamismo, sus cambios frecuentes y, a menudo, impredecibles.

En deportes, existen dos tipos de deportes: los individuales y colectivos. Los deportes individuales se refieren, de acuerdo con la Revista Digital de Educación Física (2016), al deporte donde el individuo que participa efectúa una actividad de competición institucionalizada, en un espacio de acción definido y donde puede haber o no compañeros y adversarios. Por eso es necesario conocer los principales deportes que se practican en Centroamérica, así como en Costa Rica, al ser parte de la región. Es tan vigente y necesario que en el Plan Nacional de Actividad Física y Salud 2011-2021, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Deporte y Recreación se plantean algunos aportes que la actividad física proporciona al desarrollo humano y social.

A nivel tecnológico en los últimos años la tecnología ha entrado en un proceso acelerado de domesticación, al punto de estar inmersa en las tareas más simples, y en consecuencia más al alcance de todos. Por esta razón, hoy se evidencia que la tecnología está presente y cambió la forma de comunicarse, trabajar, socializar, comprar, trasladarse, comer, aprender y enseñar. Dicho lo anterior, es indispensable considerar los componentes técnicos necesarios y suficientes disponibles.

1.14. Alcances y limitaciones

1.14.1. Alcance

La estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto, proveerá, primeramente, a nivel legal en Costa Rica, la normativa que puede afectar de manera positiva o negativa, la puesta en práctica y la participación de futuros inversores en el proyecto.

Como un potencial emprendimiento, se diseñará la fase de iniciación según el PMI, con el fin de propiciar en un futuro la búsqueda de distintas iniciativas de capital semilla, y determinar si hay o no posibilidades expeditas de obtención de diferentes recursos.

Seguidamente se diseñará la fase de planificación según el PMI, que servirá como insumo para la estrategia, debido a que permite desarrollar la ruta a seguir para los administradores de proyectos, ya que responde preguntas importantes como lo son ¿Cuál es la visión, el objetivo y las metas de este proyecto?, ¿Cuál es el producto o servicio que debe proporcionarse?, ¿Cuál es el problema principal y cuáles son sus posibles soluciones?, ¿a quiénes afecta este proyecto, cómo y cuáles son sus necesidades?.

Por último, tomando en consideración los insumos anteriores, se definirá una estrategia competitiva que permita el desarrollo de una red social deportiva en el contexto actual.

Según lo expresado, este proyecto de investigación llevará a cabo las dos primeras fases de la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI, a mencionar, inicio y planificación, debido a que las fases de ejecución, monitoreo y control, y cierre, no se llevaron a cabo.

1.14.2. Limitaciones

Este trabajo se mantendrá sobre lo indicado en las leyes actuales que brindan la protección correspondiente de los datos personales de los usuarios potenciales de la red social, como lo es la Ley 8968 “Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales”. Ante esta situación, este tema puede representar un obstáculo, ya que eventualmente los datos recopilados en la investigación pueden albergar información que no se cataloga dentro del ámbito de información irrestricta.

La suspensión de eventos deportivos debido a la pandemia COVID-19 puede representar un obstáculo en la recopilación de la información de los usuarios potenciales y recintos deportivos.

Por último, el tiempo destinado por la Universidad Latina, para la ejecución del proyecto, limita su desarrollo a las etapas de inicio y planificación, según la metodología de Gerencia de Proyectos del PMI.

CAPÍTULO II:

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Marco Situacional

Este proyecto es una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto que sirva como insumo para la toma de decisiones a los administradores de este.

Para su confección, primeramente, identifican las principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica, por lo que es necesario conocer la normativa legal que pueda afectar la puesta en práctica del proyecto, por ello, mediante consulta en el sitio web de la Procuraduría General de República, se recopila la principal normativa relacionada con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.

Una vez analizada la normativa legal, se procede a diseñar una la fase inicial según el PMI, en esta etapa se determinarán cuáles son los principales elementos que se deben de considerar, tanto internos como externos, mediante herramientas como el FODA y el análisis de los principales actores que puedan intervenir en el proyecto.

Esta etapa da lugar a la siguiente fase, en la que se procede a trazar una ruta que permita lograr la puesta en marcha del proyecto, que se describe en el siguiente objetivo de planificación.

Este objetivo servirá como insumo para la estrategia, debido a que permite desarrollar la ruta a seguir para los administradores de proyectos, ya que responde preguntas importantes como lo son ¿Cuál es la visión, el objetivo y las metas de este proyecto?, ¿Cuál es el producto o servicio que debe proporcionarse?, ¿Cuál es el problema principal y cuáles son sus posibles soluciones?, ¿a quiénes afecta este proyecto, cómo y cuáles son sus necesidades?.

Finalmente, se definirá una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto. Este objetivo toma en cuenta los insumos recabados en los anteriores y permitirá desarrollar las dos primeras fases de la metodología de Gerencia de Proyectos, según el

PMI, a mencionar, inicio y planificación, debido a que las fases de ejecución, monitoreo y control, y cierre, no se desarrollaran.

A continuación, se procede a describir el marco teórico que fundamenta la investigación.

2.2. Redes sociales

2.2.1. Antecedentes

Van Dijck (2019) analiza diferentes antecedentes que pudieron dar pie a la comunicación en red y a la socialidad por plataformas, hace referencia a que, desde 1991, Tim Berners-Lee vinculó la tecnología mediante el hipertexto a la internet, con la generación de la World Wide Web conocida como la red de extensión mundial *www*, fundando a partir de aquí un nuevo tipo de comunicación en redes.

De la misma manera, los blogs, los medios de suscripción a noticias y actualizaciones y servicios de correo electrónico permitieron la construcción de comunidades *online* y funcionaron de ayuda a grupos *offline*. Durante años, los medios de la red eran en su mayoría servicios genéricos, donde sus clientes podían suscribirse y elaborar grupos; sin embargo, estos servicios no permiten conectarse con otros usuarios de forma automática (Van Dijck, 2019)

Fue con el cambio de milenio, con la web 2.0, que los servicios *online* se convirtieron en vehículos interactivos y retroalimentados de socialidad en red. Conforme esta web 2.0 se consolidaba, los usuarios cada vez más utilizaban entornos *online* en sus actividades cotidianas (contenidos creativos entre amigos, fotografías, videos) (Van Dijck, 2019).

Hütt Herrera (2012) menciona la teoría de los seis grados, expuesta por el sociólogo Duncan Watts (2003), en la que analiza que la mayoría de las personas sostienen un vínculo directo, más o menos estable, con aproximadamente 100 personas, las cuales van disminuyendo o aumentando a lo largo de la vida de las personas, es decir, se va consolidando en una lista en alrededor de 100 a 200. Ahora bien, si de estos 100 contactos presentaran a sus 100 correspondientes conocidos, nuestra lista de referencia aumentaría poco a poco.

En un primer nivel se tendría 100 personas, y si cada una de ellas nos presenta a sus 100 respectivos contactos, tendría 10.000 nuevos contactos en nuestra lista, y así exponencialmente hasta llegar a nuestro sexto nivel, con un total de 1 billón de personas (un millón de millones). De acuerdo con esta teoría, cualquier persona podría conocer a cualquier otra persona del mundo a través de su red de contactos.

2.2.2. *¿Qué es una red social?*

Existen diferentes enfoques y autores que describen el concepto de red social, para el caso de este trabajo de investigación se exponen los siguientes: “*Universidad de Costa Rica (2012), explica que “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos, afirma Celaya (2008, p. 3).”*”.

Ávila- Toscano (2012) conceptualiza la red como “una construcción integradora que exige igualmente un nivel de análisis integrador; implica la interrelación de los individuos bajo condiciones específicas de intercambio social y ofrecimiento de soporte emocional como forma de afrontar las adversidades” (p 23-24).

La Real Academia Española (2020) define la red social como:

“Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo.”. (párr. 1)

2.2.3. Impacto de las redes sociales

Para Cabero Almenara, Barroso Osuna, Llorente Cejudo, & Yanes Cabrera (2016), las redes sociales permiten compartir y colaborar en contextos educativos, sociales o de negocios, tal es el caso de los blogs, wikis, redes sociales, YouTube, Slideshare, o Flickr, entre otras. Una de las ventajas que generan estas herramientas es que el contenido es producido por el mismo usuario, lo que lo caracteriza por su dinamismo, sus cambios frecuentes y, a menudo, impredecibles.

De acuerdo con Cabero *et al.* (2016), las características más frecuentes en estos instrumentos son las siguientes:

1. La importancia y la necesidad que supone la participación para el desarrollo y buen funcionamiento.
2. Noción de usuario como contribuyente y como informador.
3. Afianzamiento de la noción de poder de las multitudes.
4. Enriquecimiento de la experiencia de los usuarios.

Al respecto, Cabero (2016), en su artículo “Redes sociales y Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias”, menciona algunos aspectos necesarios, indicados por Boyd (2005):

1. Soporte de conversaciones entre individuos o grupos, que van desde los mensajes instantáneos en tiempo real hasta los espacios de colaboración en tiempo diferido.
2. Soporte para la retroalimentación que permita a un grupo conocer las contribuciones de los otros participantes, y que lleva de forma implícita a la “reputación digital”.
3. Soporte a la red social para crear y conducir, de forma explícita, una expresión digital de las relaciones personales de un individuo y ayudarlo a adquirir nuevas relaciones. (p.5).

Hütt Herrera (2012) expone que las redes sociales han marcado una diferencia en el tema de la difusión masiva por su alcance, características e impacto en la sociedad. Las redes sociales

son utilizadas tanto por particulares como por empresas ya que permiten una comunicación dinámica e interactiva.

Durante los últimos años han surgido muchas redes sociales en el marco general o social, en el ámbito societario con fines empresariales o sobre temas específicos de interés para determinados colectivos. Sin embargo, se cumple el objetivo común porque ofrecen una comunicación fluida y eficaz con grupos de interés, incluida la posibilidad de consolidación de grupos sociales, el diseño y posicionamiento de empresas, bienes, servicios o incluso campañas políticas.

Hütt Herrera (2012) es claro al separar los conceptos de medios de comunicación y medios de difusión, en la actualidad se ha pasado de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico. Sobre el particular, los medios de difusión implican tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, encontrando ahí las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología. Se establece de esta manera una característica común, en la cual no hay reglas, no existe censura, línea editorial o restricción que marque la pauta en este tipo de espacios.

Las redes sociales cubren muchos tipos diferentes de sitios web y aplicaciones, la función de estas herramientas también varía; sin embargo, la mayoría de los sitios de redes sociales comienzan con un usuario que crea un perfil, generalmente proporcionando un nombre y una dirección de correo electrónico.

Una vez que se ha creado un perfil, los usuarios pueden crear y compartir contenido. Por ejemplo, un usuario de Instagram con una nueva cuenta puede tomar una foto y compartirla en su perfil con un título. Además de crear contenido para su perfil, los usuarios de redes sociales pueden encontrar otros usuarios cuyo contenido quieran seguir o comentar. Dependiendo del tipo de redes sociales, un usuario puede “seguir” a otro usuario, o puede agregarlo como un “amigo”, o puede “suscribirse” a la página de otro usuario.

Las redes sociales a menudo usan *feeds* que permiten a los usuarios desplazarse por el contenido. Las compañías de redes sociales usan algoritmos, basados en los datos del perfil de un

usuario, para determinar el contenido que aparece y el orden en que aparece. El *feed* incluirá contenido de usuarios “seguidos”, así como de entidades que pagan para promocionar su contenido.

2.2.4 Principales redes sociales y opciones en el mercado

En esta línea, Hütt Herrera (2012) enumera tres tipos de redes sociales, de la siguiente manera:

1. **Redes profesionales:** contribuye a fomentar el término de “networking” entre las pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas. Por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo.
2. **Redes generalistas:** estas redes están marcadas por generación de contactos, quienes ingresan con el fin de ponerse en contacto con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, videos, fotografías e información personal. Por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5.
3. **Redes especializadas:** se especializan en conectar e intercambiar pensamientos, ideas y contenido con otros usuarios, una actividad social o económica, un deporte o una materia, a menudo con usuarios que comparten gustos e intereses. Por ejemplo, Ediciona, eBuga, CinemaVIP, 11870. (pp. 123.124)

2.3. Deportes

2.3.1. Tipos de deportes individuales y colectivos

Principalmente existen dos tipos de deportes: los individuales y colectivos. Los deportes individuales se refieren, de acuerdo con la Revista Digital de Educación Física (2016), al deporte donde el individuo que participa efectúa una actividad de competición institucionalizada, en un espacio de acción definido y donde puede haber o no compañeros y adversarios.

En esta línea, Ruiz (2012) describió que los deportes individuales “son aquellos en los que el participante se encuentra solo en el espacio y afronta una situación motriz, superándose a sí mismo, a una marca, a una distancia o una puntuación” (EmásF, 2016), por ejemplo, carreras de atletismo en pista, natación en piscina, salto de altura, longitud y triple en atletismo, gimnasia artística, saltos de trampolín, lanzamientos de atletismo, salto con pértiga, gimnasia rítmica, tiro con arco, halterofilia, ciclismo en pista, patinaje, entre otros.

Algunas características de los deportes individuales son las siguientes:

1. Cada individuo participa de manera solitaria, no hay interacción o comunicación con compañeros.
2. El carácter competitivo se centra en la superación de uno mismo.
3. Las actividades presentan un mínimo de organización, sin embargo, pueden ser muy complejas y están acompañadas de riesgo y aventura.

Por otro lado, IES Victorio Macho (s.f.) define los colectivos, como aquellos deportes en los que participan al menos dos equipos y se produce una cooperación entre los miembros de un mismo equipo y una oposición hacia el contrario. Entre los ejemplos se encuentra baloncesto, fútbol, voleibol, balonmano, rugby, hockey, entre otros.

El Instituto de Enseñanza Secundaria San Blas (2017-2018) establece algunos aspectos comunes de los deportes de equipo:

1. Un móvil (pelota, balón...)
2. Un terreno de juego
3. Una meta
4. Compañeros
5. Adversarios

6. Reglas.

2.3.2. Deportes en la región

Para la elaboración de la presente investigación, es necesario conocer los principales deportes que se practican en Centroamérica, así como en Costa Rica, al ser parte de la región. Por ello, a continuación, se procede con dicho análisis.

Chester (2006) expone en su artículo Fútbol e Identidad Nacional en Centroamérica, que tanto Guatemala como el Salvador y Costa Rica, desde mediados del siglo XIX, lograron relacionarse mediante el café, llegando a vincularse culturalmente hasta en el fútbol.

Este autor describe cómo en sus inicios en Guatemala el deporte moderno fue controlado por la élite de las ciudades de Guatemala y Quetzaltenango, básicamente por criollos, ladinos ricos, militares, comerciantes y extranjeros. Los deportes eran practicados de manera individual y del sector privado.

En esta línea, el fútbol, durante los años 1901-1950, permitía la convergencia social no indígena de Guatemala, incorporándose poco a poco a la sociedad.

Ahora bien, la concentración de capital y de la mejoría en las vías de comunicación para efectuar partidos, dio espacio a que el balompié fuera parte de la identidad nacional ladina del centro y occidente del país; y así poco a poco las demás partes del país empezaron a involucrarse culturalmente en este deporte.

En el Salvador, Chester (2006) explica que el deporte moderno nace de la élite económica y política nacional y de las principales colonias extranjeras, sectores sociales que tenían el capital y el tiempo para ejecutar esta actividad.

Sobre el particular, en 1897, a raíz del crecimiento de los deportes colectivos, como el béisbol y el fútbol, los sectores trabajadores urbanos toman parte en la práctica del deporte y al igual que en otros países el fútbol fue dominado por la masculinidad.

Urbina Gaitán, en su artículo *Deporte, Sociabilidad e Identidades en Nicaragua (1901-1924)* (2017), analiza el papel del deporte en la sociabilidad de los sectores sociales nicaragüenses. Para Costa Rica, Guatemala y El Salvador, el inicio del deporte se vincula a una actividad cultural, relacionada con las prácticas efectuadas por las principales colonias extranjeras ubicadas en estos países a finales del siglo XIX. Como consecuencia de las relaciones socioafectivas con la burguesía nacional y a sus intereses económicos en el café y al banano, se llegó a la formación de los primeros clubes deportivos en estos países, desarrollando la identidad de clase de esos sectores.

Por lo anterior, Urbina (2017), explica que las primeras asociaciones deportivas solo estaban al alcance de sus integrantes (burguesía nacional), debido a eran los únicos que tenían el suficiente tiempo libre, dinero y preocupación por su salud y apariencia física, elementos que favorecieron para mantener sus clubes, los cuales tenían un carácter clasista y exclusivo.

Asimismo, este artículo hace referencia al deporte en Nicaragua a finales del siglo XIX, donde Salomón Barahona y Cesar Vivas, en 1972, señalaron respecto al béisbol, que en 1891 se formó en Managua la entidad deportiva Sociedad de Recreo para la práctica del deporte. Estaba integrada por estudiantes nicaragüenses provenientes de los Estados Unidos.

Según Urbina (2017), "... en cuanto al fútbol, se sabe que uno de sus principales promotores fue don Napoleón Parrales Bendaña, quien lo aprendió durante su estadía en Costa Rica. Al regresar al país, lo enseñó en Diriamba, con el fin de que la población lo comenzara a practicar. Otra versión señala que la burguesía diriambina enviaba a sus hijos a estudiar a Europa, los cuales al retornar en 1907 fundaron la 'Sociedad de ahorro', cuyo fin era el de recaudar fondos para el fomento y la práctica del balompié en la ciudad, y finalmente, se practicó el primer partido oficial en el año de 1910." "Acerca de la enseñanza de la gimnasia en la última década del siglo XIX, el Diario de Nicaragua (1895) señala que a mediados de septiembre de 1895, Gastón Schiffmann había sido nombrado profesor de canto, calistenia, gimnasia y ejercicios militares de la escuela primaria superior de varones de Managua." (p.169).

Para Urbina (2017), en Costa Rica, a diferencia de Guatemala y El Salvador, se dio la promoción del balompié, debido a que formó parte de la

... cultura local en un período cuyo inicio coincide con el momento en que, según Palmer, 'el Estado costarricense y sus intelectuales habían adquirido la capacidad de representar, en forma coherente y convincente, la 'comunidad política imaginada' que (...) es la nación', y concluye en 1921, cuando su práctica se institucionaliza. (p.183).

Urbina destaca: “La falta de apoyo del gobierno de Julio Acosta (1920-1924) a la selección nacional de fútbol de 1921, hecho que se debió, por un lado, a la concepción clasista que mantenía en torno a la condición socioeconómica de sus integrantes, y por otro, a la precaria situación económica en que se encontraban las finanzas públicas, situación heredada de la dictadura de los Tinoco.”. (p.184)

No obstante, en 1921 la Selección conquistó el campeonato de fútbol, lo cual fue usado por el gobierno de turno para “como de la superioridad física de Costa Rica sobre el resto de países centroamericanos”. (p.184)

Una vez descritos los inicios de los deportes en la región, es importante observar los *rankings* actuales del fútbol y el béisbol, actividades con las que se emprendió la cultura y socialización del deporte en Costa Rica.

Tabla 1: Clasificación fútbol mayor masculino

Posición Centroamericana	Posición Mundial	País
1	51	Costa Rica
2	64	Honduras
3	70	El Salvador
4	78	Panamá
5	131	Guatemala
6	149	Nicaragua

Fuente: Elaboración propia a partir de la información contenida en la página web de la Federación Internacional de Fútbol (FIFA), periodo diciembre 2020.

Tabla 2: Clasificación futbol mayor femenina

Posición Centroamericana	Posición Mundial	País
1	35	Costa Rica
2	59	Panamá
3	75	Guatemala
4	101	El Salvador
5	106	Honduras
6	112	Nicaragua

Fuente: Elaboración propia a partir de la información contenida en la página web de la Federación Internacional de Fútbol (FIFA), periodo diciembre 2020.

Tabla 3: Clasificación beisbol mayor masculino

Posición Centroamericana	Posición Mundial	País
1	12	Panamá
2	15	Nicaragua
3	47	Honduras
4	54	El Salvador
5	58	Guatemala
6	78	Costa Rica

Fuente: Elaboración propia a partir de la información contenida en la página web World Baseball and Softball Confederation, periodo diciembre 2020.

Tabla 4: Clasificación beisbol mayor femenino

Posición Centroamericana	Posición Mundial	País
1	19	Nicaragua
No indica	No indica	Panamá
No indica	No indica	Guatemala
No indica	No indica	El Salvador
No indica	No indica	Honduras

No indica

No indica

Nicaragua

Fuente: Elaboración propia a partir de la información contenida en la página web World Baseball and Softball Confederation, periodo diciembre 2020.

2.2.3. Importancia e impacto de los deportes en Costa Rica

De acuerdo con el Plan Nacional de Actividad Física y Salud 2011-2021, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Deporte y Recreación plantean algunos aportes que la actividad física proporciona al desarrollo humano y social, los cuales se exponen a continuación:

Salud

- ✓ Provee de bienestar.
- ✓ Incrementa la autoestima y salud mental.
- ✓ Mejora la calidad de vida.
- ✓ Mejora la salud mental.
- ✓ Desarrolla una buena condición cardiovascular y contribuye a prevenir las enfermedades crónicas no transmisibles.
- ✓ Ayuda a controlar el sobrepeso, la obesidad y el porcentaje de grasa corporal.
- ✓ Fortalece los huesos, aumentando la densidad y el crecimiento óseo óptimo.
- ✓ Mejora la capacidad física para hacer esfuerzos sin fatiga.

Economía

- ✓ Ahorro de carga económica por tratamiento de enfermedades.
- ✓ Incrementa la productividad laboral.
- ✓ Disminuye los accidentes laborales por fatiga, estrés y desconcentración, entre otros.

Paz social

- ✓ Facilita la interacción social y convivencia.
- ✓ Ayuda en la disminución de adicciones y violencia.

- ✓ Se desarrollan valores como el autocontrol de las reacciones emocionales, la voluntad, la disciplina y la superación.
- ✓ Se adquieren pautas de conducta y relación positivas que se encaminan a la cooperación, la amistad y la sociabilidad.

Desarrollo sostenible

- ✓ Fortalece la promoción de transportes alternativos y del carbono neutral.
- ✓ Requiere de una planificación urbana saludable.
- ✓ Crea conciencia sostenible en el consumo de productos amigables con el ambiente.
- ✓ Crea conductas sostenibles con relación al consumo irracional de recursos.
- ✓ Crea empatía por la naturaleza, facilitando actitudes proactivas.

2.4. Emprendimiento

2.4.1. *¿Qué es un emprendimiento?*

El emprendimiento es un proceso de mucha importancia para el desarrollo económico de los países. A través de la creación de empresas, el progreso tecnológico y la innovación liderada por las personas emprendedoras es posible mejorar la creación de riqueza de una nación y coadyuvar con el bienestar de sus habitantes. Para ello se requiere de políticas públicas orientadas a mejorar las condiciones necesarias para que se desarrollen estas actividades emprendedoras.

Según Navarro, el emprendedurismo ha estado presente en la sociedad desde el siglo XVIII, a lo largo de la historia ha tenido diversas interpretaciones y ha evolucionado hasta las definiciones que existen hoy en día, muchos de sus significados están relacionados con el simple hecho de iniciar una empresa, pero para muchos economistas es más que eso.

2.4.2. *Emprendimiento en Costa Rica*

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Costa Rica, el 11,33% de la población adulta entre 18 y 64 años se considera una persona emprendedora en etapas iniciales, esta estimación comprende un 7,58% de nuevas personas emprendedoras que no han pagado

salarios por más de 3 meses y un 3,74% de emprendedores y emprendedoras que han pagado salarios por más de 3 meses y por menos de 3.5 años, adicionalmente a esta tasa existe un 2,53% de personas emprendedoras establecidas que han pagado salarios por más de 3.5 años (Lebendiker Fainstein, Herrera González, & Velásquez López, 2014).

Es importante señalar que en comparación con el año 2012, el total de la actividad emprendedora en Costa Rica ha disminuido de un 15,0% a 11,33% de la población adulta, este dato es un punto de inflexión y un llamado de atención ya que implica un cambio en la tendencia que se venía observando desde el año 2010 hasta 2014 (Lebendiker Fainstein, Herrera González, & Velásquez López, 2014).

Es importante indicar que la tasa de deserción en las primeras etapas del emprendimiento se ha mantenido en un 50%, sin que se registre un aumento significativo en la tendencia desde el 2010.

Por otro lado, cabe señalar que ha habido un impacto importante al que se han visto expuestos los emprendimientos establecidos que según el GEM, son aquellos que han pagado salarios por más de 3.5 años. Estos emprendimientos en el año 2014 significaron el 2,53% de la población adulta, mientras que en el 2012 eran un 3,3%. Esta caída significativa implica que hay una mayor cantidad de emprendimientos consolidados que se han salido de los negocios en los últimos 2 años, posiblemente producto de la crisis, pero además confirma una tendencia que se mantiene firme desde el 2010 en la discontinuidad de emprendimientos que han pagado salarios por más de 3 años (Lebendiker Fainstein, Herrera González, & Velásquez López, 2014).

Al igual que en el 2010 y 2012, el acceso a infraestructura física y servicios ocupa nuevamente la primera posición durante el año 2014. En el 2014 la variable nivel de emprendedurismo en la educación vocacional y universitaria aparece en segunda posición. Solo estas dos variables muestran una valoración superior a 3 pero no superior a 3,39 como se ha señalado, de una escala donde 5 sería la máxima valoración (Lebendiker Fainstein, Herrera González, & Velásquez López, 2014).

2.4.3. *Dificultades para emprender*

Siempre en relación con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Costa Rica, aspectos como el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, el nivel de educación primaria y secundaria, las políticas del gobierno en cuanto a la burocracia y tasas, nivel de transferencia en investigación y desarrollo, los programas gubernamentales, dinámica del mercado interno, son considerados como los que presentan las condiciones menos favorables en el país.

Un análisis comparativo entre los años 2010, 2012 y 2014 permite notar claramente que el escenario no es el más propicio para emprender y deja en evidencia que las actividades de creación de emprendimientos en Costa Rica se desarrollan con muy pocas herramientas de apoyo en su entorno y bajo circunstancias adversas.

Es importante destacar que en los tres años en que el GEM desarrolló la consulta, la variable relacionada con el entorno financiero que siempre obtuvo la valoración más baja por parte de los expertos. Pese de que se han realizado algunas iniciativas al respecto, se sigue considerando que este aspecto es una de las principales barreras para emprender.

2.4.4. *Financiamiento*

Como se observó en el apartado anterior, según el GEM, el financiamiento o el acceso a contenido económico que permita sustentar emprendimientos en etapas tempranas constituyen una de las principales de barreras a la hora de emprender.

En atención a esta problemática, se han desarrollado iniciativas para tratar de buscar soluciones. Entre estas iniciativas se citan:

- **Carao Ventures:** De acuerdo con el sitio web oficial de Carao Ventures, fue fundada en 2012 en San José, Costa Rica. Ha evaluado cerca de 2000 proyectos y se han asociado con 11 *startups* en las industrias de *software*, *fintech*, biotecnología, educación y otras. Invierten en la etapa temprana de los *startups*, acercándolos a un fondo de capital semilla y una red de inversionistas regional. Ofrecen un

acompañamiento integral de recursos operativos y estratégicos. Conectan emprendedores con primeras oportunidades en el mercado y así generan de alianzas estratégicas (Carao Ventures, s.f.).

- **Microsoft For Startups:** En su sitio oficial, Microsoft describe la creación de un programa global y gratuito de apoyo para emprendedores. Este programa busca dotar de la plataforma informática Microsoft de manera gratuita a todos los emprendedores admitidos en su programa. Así mismo, brinda capacitaciones técnicas en las herramientas Microsoft y creación de empresas. también disponen de una cartera de posibles clientes para generar las primeras alianzas estratégicas (Microsoft Corporation, s.f.).
- **Sistema de Banca para el Desarrollo:** Fue creado en el año 2008 mediante la Ley 8634, está conformada por un conjunto de entidades de diversa naturaleza, que financia e impulsa proyectos productivos, factibles técnica y económicamente, cuya rectoría está a cargo de un Consejo Rector apoyado por una instancia técnica que se configura como su brazo instrumental. El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) debe destinar un 15% de sus presupuestos ordinarios y extraordinarios a necesidades de capacitación, asistencia técnica, emprendimiento, desarrollo de empresas, etc. También se prevé la participación del Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, el Instituto Mixto de Ayuda Social y el Ministerio de Planificación Nacional y Política Pública (Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD), s.f.).
- **AUGE:** Según su sitio web, la Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (AUGE) es una unidad especializada en la creación y la aceleración de emprendimientos, creada por la Universidad de Costa Rica por medio de la Vicerrectoría de Investigación. Esta unidad busca promover, capacitar e impulsar proyectos para un desarrollo inclusivo y sostenible (Universidad de Costa Rica, s.f.).

2.4.5. *Emprendimientos desde la academia. Papel de las universidades en el emprendimiento*

En su artículo, Luis Antonio Orozco Castro y Diego Andrés Chavarro Bohorquez afirman que “la universidad puede ayudar a generar impacto económico y social de la ciencia y la tecnología, adicionalmente a su misión de educar e investigar, es la de contribuir al emprendimiento de nuevas organizaciones” (2008, p. 3). De lo anterior se infiere que, al ponderar la naturaleza innovadora, tecnológica, extensionista e investigadora de las universidades, la sociedad debería encontrar en ellas la punta de lanza en materia de constantes emprendimientos.

Sobre la importancia que representa para la sociedad, la concepción de emprendimientos desde las universidades, Mariela Salgado Canto y Vicente Herrera nos dan una perceptiva más cercana al individuo al señalar:

Las personas son el resultado del entorno donde se desarrollan, y bajo esta perspectiva crear un entorno académico favorable para el emprendimiento es fundamental. De esta manera, la Universidad es llamada a cumplir sus funciones, que abarcan además de la formación de recurso humano integral, al más alto nivel, aportar al estado del arte a través de la investigación y transferir el conocimiento, también abarca hoy, ser un actor activo en el proceso de contribuir al desarrollo socioeconómico de las regiones en donde están inmersas. (Salgado Canto & Herrera, 2018) (p.3).

De acuerdo con los autores, el rol emprendedor desde la universidad, además de cumplir sus funciones sociales del orden investigativo, extensionista y laboral, también tiene un impacto positivo para la realización personal del estudiante.

Por esta razón se hace importante que, desde la academia, se desarrolle una educación para el emprendimiento, que dote al estudiantado de los espacios necesarios donde desarrollar las herramientas necesarias para la creación de iniciativas emprendedoras. En su tesis de maestría, Milton Cesar Andrade Adame y Wilder Bravo Preciado señalaron:

La formación de competencias laborales y el desarrollo de actitudes de emprendimiento en la educación superior, puede ser concebida como una oportunidad de formación

profesional que este nivel de educación deberá ofrecer a sus estudiantes, dando la oportunidad de abrir nuevos espacios y generar las condiciones académicas necesarias para que su desarrollo se lleve a cabo de forma integral” (Andrade Adaime & Bravo Preciado, 2009) (p.59).

2.4.6. Situación de emprendimientos universitarios en Costa Rica

Aún nos falta camino por recorrer en cuanto al impulso de la cultura emprendedora desde las universidades costarricenses. Un estudio del 2018, publicado por el Instituto Tecnológico de Costa Rica, llamado “Estudio Global sobre Espíritu Emprendedor Universitario” conocido como GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey*), logró recabar más de 7000 respuestas entre 11 universidades públicas y privadas de Costa Rica.

En dicho estudio se refleja que el 52,2% del estudiantado afirmó no haber recibido un curso sobre emprendimiento, mientras que el 38,1% indicó que ha matriculado al menos un curso de emprendimiento por voluntad propia o porque está estipulado en la malla curricular de su carrera universitaria (Leiva Bonilla, 2018).

Tabla 5: Lista de las universidades costarricenses participantes en GUESSS Costa Rica 2018

Universidades
Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC)
INCAE Business School (INCAE)
Universidad de Costa Rica (UCR)
Universidad Hispanoamericana (UH)
Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT)
Universidad Nacional de Costa Rica (UNA)
Universidad Estatal a Distancia (UNED)
Universidad Fidélitas (FIDÉLITAS)
Universidad Latina de Costa Rica (ULATINA)
Universidad San Marcos (USAM)

Universidad Técnica Nacional (UTN)

Fuente: Tomado de Espíritu emprendedor en la población estudiantil universitaria. Estudio GUESSSS. Informe de resultados para Costa Rica 2018.

Ante estos números cabe cuestionarse si la poca oferta universitaria en materias especializadas en emprendimiento se deba a la poca demanda estudiantil. Según datos del GUESSSS, el 11,8% de los encuestados desea fundar su propio emprendimiento una vez concluidos sus estudios universitarios, mientras que el 47,7% lo desea hacer cinco años después de concluidos sus estudios, dando origen al fenómeno llamado “primero emplearme, luego emprender”. Estos índices costarricenses están por encima de la media mundial los cuales son 9% y 34,7% respectivamente (Leiva Bonilla, 2018)

2.5. ¿Qué es Project Management Institute (PMI)?

Project Management Institute¹ (PMI, 2022), dio inicio en 1969, como una organización sin fines de lucro y con el objetivo de trabajar *“en casi todos los países del mundo para promover carreras, fortalecer el éxito organizacional y capacitar a los profesionales de proyectos y agentes de cambio con nuevas habilidades y formas de trabajando para maximizar su impacto.”*

De acuerdo con el sitio oficial del Project Management Institute (PMI, 2022) *“es la asociación profesional líder en gestión de proyectos y la autoridad para una creciente comunidad global de millones de profesionales de proyectos e individuos que usan habilidades de gestión de proyectos. Colectivamente, estos profesionales y ‘agentes de cambio’ constantemente crean mejores resultados para las empresas, la comunidad y la sociedad en todo el mundo.”*

Project Management Institute genera la creación de redes, la colaboración, la investigación y la educación a nivel mundial, mediante diferentes herramientas, PMI capacita y fortalece las habilidades y competencias de sus afiliados, sean personas físicas u organizaciones para trabajar de manera más eficiente y eficaz, y así impulsar el éxito en un mundo de cambios.

¹ Sitio oficial PMI <https://www.pmi.org/about>.

Entre sus aportes a los profesionales a los profesionales en proyectos se encuentran los estándares reconocidos a nivel mundial, certificaciones, cursos en línea, liderazgo intelectual, herramientas, publicaciones digitales y comunidades.

2.6. Metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI

Project Management Institute desarrolló la Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía PMBOK 7ª edición), conocida como la publicación emblemática de PMI, es un recurso fundamental para la dirección de proyectos efectiva, debido a que brinda una ruta de las principales etapas que debe cumplir un ciclo de gestión proyecto para su desarrollo efectivo. A continuación, se procede a describir cada una de las etapas de este ciclo.

1. Inicio
2. Planificación
3. Ejecución
4. Monitoreo y Control
5. Cierre

2.6.1. Inicio

De acuerdo con el Project Management Institute (PMI, 2022), la fase del ciclo de inicio determina lo que debe hacerse para poner en marcha un proyecto, con el cliente y con el equipo.

En esta etapa se reúne toda la información importante y disponible sobre el proyecto, para definir el alcance, el costo y los diferentes recursos, las partes interesadas, modelo comercial, la carta del proyecto (visión, objetivos, metas del proyecto), estudio de viabilidad, principales problemas, riesgos, que deban tomarse en consideración para la tener éxito en el proyecto.

2.6.2. Planificación

El Project Management Institute (PMI, 2022), define que, en la etapa de planificación, se estable lo que debe hacerse y cómo. Se puede definir esta fase como la más crítica en el ciclo de gestión del proyecto, debido a que la planificación es donde se determina todo el trabajo a realizar y se crea la hoja de ruta que se sigue durante el resto del proyecto para entregarlo.

En esta fase se identifican las etapas del proyecto, las limitaciones, el programa, las actividades, y se utilizan instrumentos como el diagrama de Gantt. Asimismo, se establecen los objetivos y metas, el plan de riesgos, y se designan los responsables de cada una de las etapas.

2.6.3. Ejecución

Tomando en consideración lo estipulado en el Project Management Institute (PMI, 2022), la etapa de Ejecución hace el proyecto realidad, en esta se pone en marcha el plan del proyecto, es donde el programa definido en la fase de planificación se convierte en acción.

En esta fase, se considera importante el liderazgo del equipo, la creación de tareas, las sesiones del avance de cada una de las tareas, se escucha la opinión de los clientes para garantizar la aceptabilidad de los resultados y se ponen en práctica los canales de comunicación efectivos para asegurarse que las personas inmersas en el proyecto estén de acuerdo con lo que se va ejecutando.

2.6.4. Monitoreo y Control

Para Project Management Institute (PMI, 2022), no solo es necesario la puesta en marcha del proyecto, sino también mantenerlo activo, por ello se debe informar sobre el desempeño, supervisión y control de los proyectos.

En la etapa de monitoreo y control, se lleva un seguimiento de la vida útil del proyecto, para garantizar que se están desarrollando de acuerdo con la planificación y en caso contrario, tomar las acciones oportunas para que se alinee a lo establecido inicialmente.

En esta fase, se gestiona el costo y tiempo, la calidad, la administración de la aceptación de las pruebas de los usuarios, se revisa, de gestionan los cambios.

2.6.5. Cierre

La fase de cierre de conformidad con Project Management Institute (PMI, 2022), es la última etapa del ciclo de gestión del proyecto, se recomienda una reunión posterior a la revisión del proyecto, una retroalimentación por parte de los miembros del equipo y de las partes interesadas, como parte de la mejora continua de la organización y de los administradores del proyecto, para analizar las fortalezas y debilidades del proyecto y del equipo, evaluar lo que salió bien y las oportunidades de mejora.

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

Los investigadores Hernández, Fernández y Baptista (2014) exponen que *“la investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Esta última implica combinar las dos primeras. Cada una es importante, valiosa y respetable por igual.”*.

En la presente investigación, se desarrollará una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto. Esto se logrará aplicando una serie de procedimientos y herramientas de investigación que suministrarán los insumos necesarios para desarrollar la propuesta.

La forma de investigación que se efectúa será aplicada, debido a que no se busca producir conocimientos de base, sino que se usa los conocimientos y se toma como referencia los requerimientos que indiquen los usuarios potenciales del sistema que debería cumplir para la elaboración del estudio de mercado de una red social deportiva.

3.2 Alcance investigativo

El objeto de estudio del proyecto se abordará a través de la investigación de tipo descriptivo, mediante el cual se basará en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI. Los investigadores Hernández, Fernández y Baptista explican los estudios descriptivos como se detalla a continuación:

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989), Es decir miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (valga la redundancia) describir lo que se investiga.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p.71).

3.3 Enfoque de la investigación

Por la naturaleza de la propuesta, se utilizará un enfoque mixto. Es decir, se realizará un enfoque cualitativo y cuantitativo, los cuales se ampliarán a continuación.

Sobre el enfoque cualitativo en la investigación, Hernández Sampieri, Fernandez-Collado, & Baptista Lucio (2014), exponen que este enfoque *“utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”* (p.7).

Al respecto, en el enfoque cualitativo, las técnicas más usuales para la recolección de datos son la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades.

Como bien indican Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014), la investigación cualitativa se basa en una percepción e interpretación de lo que se entiende de las acciones de seres vivos, principalmente los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente); es decir, analiza la “realidad”, mediante lo que los participantes entienden según su propia experiencia; de esta manera concurren las realidad de los participantes, del investigador y las que se produce en la interacción de todos los actores.

Un elemento importante para considerar es el concepto de patrón cultural, Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio (2014), describen que:

... parte de la premisa de que toda cultura o sistema social tiene un modo único para entender situaciones y eventos. Esta cosmovisión, o manera de ver el mundo, afecta la

conducta humana. Los modelos culturales se encuentran en el centro del estudio de lo cualitativo, pues son entidades flexibles y maleables que constituyen marcos de referencia para el actor social, y están contruidos por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia personal (p 10).

En cuanto al enfoque al enfoque cuantitativo, los autores exponen que este enfoque “*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*” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) (p. 4).

3.4 Descripción del contexto o del sitio, en dónde se lleva a cabo el estudio

La presente investigación se efectúa en Costa Rica y se toma dentro de la muestra las viviendas que poseen internet, sin importar si corresponde a la zona urbana o rural. Lo anterior, de conformidad con el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), con corte a julio 2021.

El estudio llevado a cabo por el INEC se denomina “Artefactos de tecnologías de información y comunicación en la vivienda según zona, región de planificación y otros.”.

En esta oportunidad, la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), analizó la tenencia y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), de los hogares costarricenses, clasificando los datos de la tenencia en las viviendas por zona y región, de TICs como el acceso a Internet, los servicios de telefonía residencial y de celular, uso de computadoras, entre otras variables.

3.5 Las características de los participantes y las fuentes de información

En este apartado se procede a referirse a los sujetos y fuentes de información que se utilizan en la investigación, tanto en su concepto como su aplicación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

3.6 Población

La población es el componente más importante de la investigación ya que en ella se basa el examen de la situación. En el caso de este trabajo, se aplicarán entrevistas a usuarios potenciales de la red social deportiva, por lo que se tomarán de referencias los hogares de Costa Rica con acceso a internet.

Asimismo, se utilizarán fuentes artificiales como objeto para la consulta, como la búsqueda documental y de distintas páginas web relacionadas con el deporte.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2022), el último censo realizado en Costa Rica, data del 2011, por lo que la información con la que se procederá a efectuar los cálculos se basará en dichos datos.

- Proyección población total en Costa Rica para el 2021, 5.184.382 habitantes².

Tabla 6: Cantidad y porcentaje de viviendas que tienen acceso a internet

Costa Rica. Cantidad y porcentaje de viviendas que tienen acceso a internet Según zona y tipo de conexión a internet, Julio 2021 ³		
Zona y tipo de conexión a internet	Total	
	Viviendas	%
Total de viviendas con acceso a Internet ^{1/}	1 341 920	81,3
Total	1 341 920	100,0
Por teléfono fijo	107 146	8,0
Por cable coaxial	700 728	52,2
Por dispositivos móviles	331 787	24,7
Fibra óptica	201 640	15,0
Otro tipo de conexión	619	0,0
Ignorado	0	0,0

² Costa Rica: Población nacional según indicadores generales de la condición de actividad (INEC, 2021)

³ INEC (2021) ENAHO. Artefactos de tecnologías de información y comunicación en la vivienda según zona, región de planificación y otros.

Costa Rica. Cantidad y porcentaje de viviendas que tienen acceso a internet		
Según zona y tipo de conexión a internet,		
Julio 2021 ³		
Zona y tipo de conexión a internet	Total	
	Viviendas	%
Zona urbana	1 023 323	100,0
Por teléfono fijo	76 172	7,4
Por cable coaxial	597 201	58,4
Por dispositivos móviles	173 818	17,0
Fibra óptica	176 029	17,2
Otro tipo de conexión	103	0,0
Ignorado	0	0,0
Zona rural	318 597	100,0
Por teléfono fijo	30 974	9,7
Por cable coaxial	103 527	32,5
Por dispositivos móviles	157 969	49,6
Fibra óptica	25 611	8,0
Otro tipo de conexión	516	0,2
Ignorado	0	0,0

1/ El porcentaje de viviendas individuales con acceso a internet es con respecto al total de viviendas individuales de Costa Rica.

Fuente: INEC-Costa Rica. Encuesta Nacional de Hogares, 2021.

3.7 Muestra

Una vez definida la población con acceso de internet, quienes serán potenciales usuarios de la red social, se procede a calcular la muestra de la cantidad de personas a las que se les aplicarán los instrumentos definidos en este proyecto, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

donde,

n= muestra

N= población

Z= nivel de confianza

e= grado de error

p= probabilidad de ocurrencia

q= probabilidad de no ocurrencia

Por lo que, aplicando la fórmula anterior al caso en estudio, con un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5%, se obtiene:

Nivel de confianza (Z) = 1,96

Grado de error (e) = 0,05

Universo (N) = 1.341.920

Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = \frac{((1,96)^2 (0.5) (0.5) (1341920))}{((1341920) (0.05)^2 + (1,96)^2 (0.5) (0.5))}$$

n = 100

3.8 Instrumentos de recolección de datos

3.8.1 Las técnicas e instrumentos para la recolección de los datos.

El estudio en examen pretende aplicar técnicas de recopilación de información, que permitan obtener datos, características, requerimientos para la elaboración del diseño de la arquitectura de la plataforma web, que abarque los futuros módulos, que permitirán gestionar y socializar el rendimiento del usuario en las actividades deportivas.

En el siguiente apartado se explicará de manera teórica las técnicas e instrumentos de investigación que se usarán en el trabajo final, que permitan recopilar la información necesaria para el diseño de la red social deportiva.

3.8.2 Revisión documental

La revisión documental en el proceso de investigación, definido por Victoria Valencia López, establece que se debe realizar un análisis de cuáles investigaciones fueron elaboradas con

anterioridad, las autorías y sus discusiones, delimitar el objeto de estudio, construir premisas de partida, fundamentar con diversos autores para una base teórica, formar relaciones entre investigaciones, buscar preguntas y objetivos de investigación, observar las metodologías de abordaje de los procedimientos, crear similitudes y disparidades entre los trabajos y las líneas del investigador, clasificar prácticas, diferenciar los elementos más abordados con sus esquemas observacionales y determinar áreas no sondeados.

3.8.3 Tipos de fuentes

3.8.3.1 Primaria

La fuente de información primaria está constituida por información de primera mano, información nueva y original como resultado de la recolección de datos o su análisis correspondientes (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

En la investigación se usará como referencia primaria, páginas webs y sitio web de la Procuraduría General de la República.

3.8.3.2 Secundaria

Constituye la información producto del análisis de información recopilada de las fuentes primarias, reprocessan y extraen información de primera mano (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

En la exploración se usarán como fuente secundaria de consulta, documentos, informes que recopilan la práctica de actividades deportivas en el país, así como noticias que extraen información de primera mano.

3.8.3.3 Terciaria

Son instrumentos donde se ubican las referencias de diferentes tipos y que recopilan nombres y títulos de revistas y otras publicaciones periódicas, así como nombres de otras fuentes

de información. Son ventajosos para determinar fuentes no documentales tales como organizaciones que comentan o invierten en otras organizaciones de investigación. (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

En el informe, se tomarán en cuenta trabajos de investigadores que recaban información necesaria para entender la realidad de la práctica y popularidad de deportes en Costa Rica.

3.8.4 Revisión de páginas web

La revisión de la página web tiene como propósito analizar la información definida en el sitio web, su objetivo es similar al de la revisión documental, solo que en este caso se realiza mediante un sitio en internet, permite de esta manera disponer de información necesaria para abordar las preguntas o consultas de la investigación.

3.8.5 Entrevistas

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen el término de entrevista de la como se presenta a continuación:

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta. Ésta se define como una reunión para intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia (claro está, que se puede entrevistar a cada miembro del grupo individualmente o en conjunto; esto sin intentar llevar a cabo una dinámica grupal, lo que sería un grupo de enfoque) (p. 418).

Las entrevistas pueden iniciar mediante un cuestionario, por preguntas y respuestas, en la que se intenta establecer una comunicación y la construcción del tema de interés.

Estas entrevistas pueden ser de dos tipos: las estructuradas, en la que la persona que la aplica se apega a una guía de preguntas específicas, en un orden establecido; y las entrevistas

semiestructuradas, en las que el entrevistador se basa en la guía de asuntos, pero tiene la libertad de introducir temas y preguntas adicionales, para obtener más información o detalle de lo consultado.

Se aplicarán entrevistas a **100** usuarios potenciales de la red social y especialistas del área deportiva con la intención de determinar elementos importantes para el inicio y planificación del proyecto. En el contexto actual de COVID-19, estas entrevistas se realizarán de manera virtual.

Las técnicas mencionadas se usarán de conformidad con cada uno de los objetivos establecidos, de manera tal que permitan obtener la información necesaria para desarrollar la propuesta.

3.9 Aplicación de técnicas e instrumentos

A continuación, se detallará la aplicación de las técnicas e instrumentos de investigación por utilizar durante el desarrollo de la investigación: revisión documental, de página web, así como entrevistas.

3.9.1. Revisión documental

Se revisarán documentos relacionados con la realidad deportiva en Costa Rica, así como las políticas emitidas a nivel nacional sobre el tema de recolección y protección de datos personales. Los documentos elegidos para ello se someterán a un proceso de entendimiento, análisis, síntesis y evaluación de la calidad de la información obtenida.

De igual forma se analizarán documentos oficiales de las distintas herramientas tecnológicas con el fin de identificar cuáles son las que mejor se adaptan a los requerimientos del diseño.

3.9.2. Revisión de sitios web

Se consultarán sitios web de la Procuraduría General de la República, con el fin de conocer la normativa que afecta la recolección, uso y resguardo de la información personal de los posibles usuarios de la red social deportiva.

3.9.3. Escala de Likert

Las llamadas escalas Likert son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional. Estos instrumentos suelen ser reconocidos entre los más utilizados para la medición en Ciencias Sociales. Este tipo de escala surgió en 1932, cuando Rensis Likert (1903-1981) publicó un informe en el que exponía cómo usar un tipo de instrumento para la medición de las actitudes (Matas, 2018).

3.10 Validez de las herramientas de investigación

A continuación, se comenta los instrumentos y técnicas que se aplicarán a la muestra de la investigación.

Tabla 7: Instrumentos y técnicas de aplicación

Población	Características de Población	Totalidad de Población	Muestra %	Instrumento de Investigación
Viviendas en Costa Rica con acceso a internet	Viviendas en Costa Rica que poseen internet, incluyendo la zona urbana y rural	1.341.920	100 %	Entrevistas Análisis documental
Usuarios potenciales	Usuarios potenciales de la red social y especialistas del área deportiva con la intención de determinar elementos importantes del marketing mix	100	100 %	Entrevistas Análisis documental

Fuente Elaboración propia

3.11 Técnicas de análisis de información

3.11.1 Gráficos

Según el área de matemática y estadística de la Universidad Técnica Nacional, una manera de presentar los datos de una investigación estadística es por medio de la representación gráfica.

Se define una gráfica como la representación visual de datos estadísticos mediante el uso de líneas, superficies o volúmenes (Rodríguez Bolaños, 2017).

Se define gráfico como aquella figura que además contiene los siguientes elementos obligatorios: número de gráfico, título y fuente. Opcionalmente puede tener una nota introductoria, una nota al pie de página, leyenda, escala y título para los ejes. El número de gráfico, título, fuente, nota introductoria y pie de página se definen de forma similar que para los elementos obligatorios de un cuadro (Rodríguez Bolaños, 2017).

3.11.2 Presentación textual

La presentación textual suele utilizarse cuando la información con la que se cuenta es poca, permitiendo de esta manera resaltar los resultados más importantes de la investigación.

Consiste en presentar los datos o cifras dentro de un texto, siendo esta forma de presentar los resultados muy utilizada en revistas y periódicos. Siempre debe indicarse la fuente de donde se tomaron los datos o la información con la que se elaboraron los resultados (Rodríguez Bolaños, 2017).

3.11.3 Presentación semitabular

La presentación semitabular consiste en introducir los resultados obtenidos mediante un breve texto y a continuación mostrar un resumen de estos resultados por medio de una tabla. Debe incluirse la fuente de donde se tomaron los datos o la información con la que se elaboraron los resultados. Se usa cuando se desea mostrar pocos resultados. (Rodríguez Bolaños, 2017)

3.11.4 Presentación tabular

La presentación tabular es aquella presentación que muestra ya sea una tabla o un cuadro. La tabla o cuadro debe ir acompañado siempre de los elementos obligatorios que debe llevar toda tabla o cuadro (Rodríguez Bolaños, 2017).

Una tabla se define como un arreglo de datos cuantitativos interrelacionados y distribuidos en las y columnas junto con los elementos obligatorios que debe llevar toda tabla (Rodríguez Bolaños, 2017).

Una tabla o un cuadro presenta la ventaja de que resume la información sin necesidad de ninguna explicación textual (Rodríguez Bolaños, 2017).

3.12 Variables

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014), define las variables como “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.”.

Además, para los autores, “las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría.”.

3.12.1 Variables Cualitativas

Su medición no puede expresarse numéricamente y son sensibles de la variación cualitativa. (Carrasco Díaz, 2005)

3.12.2 Nivel de medición nominal

Las categorías de la variable no poseen un orden o jerarquía establecido, las categorías representan diferencias entre las características de la variable. No existe un orden de mayor o menor rango. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

3.12.3 Variable Conceptual

Se basa en la descripción de la variable utilizando otros términos para definirla; permite dar una idea de lo que se está investigando. (Carrasco Díaz, 2005)

3.12.4 Variable Operacional

De acuerdo con Sergio Carrasco Díaz, la operacional es aquella variable que da la posibilidad de observar y medir la manifestación empírica de las variables, es la desagregación de la variable en un proceso de deducción, de lo más general a lo más específico, las variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices; pero si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. (Carrasco Díaz, 2005)

De la misma manera, se define como el conjunto de procedimientos y actividades que se efectúan para medir una variable. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014)

El proceso de la operativización consiste en la definición de una matriz metodológica para construcción de los instrumentos de medición; para el caso que nos ocupa, en el siguiente apartado se elabora la matriz de las variables a estudiar, atendiendo a la descomposición por componentes o elementos y a sus cualidades o características.

3.12.5 Variable instrumental

Define el medio o instrumento mediante el cual se recolectará la información de la investigación, para cumplir con cada uno de los objetivos propuestos.

Seguidamente se desarrollan las principales variables a tomar en consideración en el presente proyecto de investigación.

Tabla 8: Variables

Objetivos	Variables	Definición Conceptual	Definición Instrumental	Definición Operacional
Identificar las principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.	Normativa jurídica relacionada con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.	Principal normativa jurídica relacionada con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.	Revisión documental y de páginas web.	Identificar en el sitio oficial de la Procuraduría General de la República la normativa jurídica relacionada con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica.
Diseñar la fase de iniciación según el PMI.	Elementos principales de la fase de iniciación según el PMI.	Principales elementos de la fase de iniciación según la metodología de Gerencia de Proyectos, PMI.	Revisión documental, de páginas web. Encuesta.	Diseñar los principales elementos de la fase de iniciación según la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI.
Diseñar la fase de planificación según el PMI.	Elementos principales de la fase de planificación según el PMI.	Principales elementos de la fase de planificación según la metodología de Gerencia de Proyectos, PMI.	Revisión documental y de páginas web. Encuesta.	Diseñar los principales elementos de la fase de planificación según la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI.
Definir una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.	Estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.	Estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.	Revisión documental y de páginas web. Encuesta.	Desarrollo una estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

Fuente Elaboración propia

CAPÍTULO 4: ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

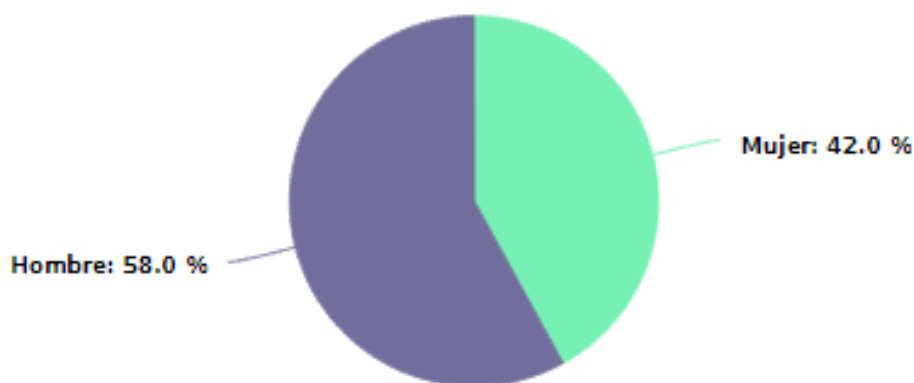
Con el fin de conocer la viabilidad de introducir en el contexto nacional, una red social deportiva, que sirva de como insumo para la toma de decisiones a los administradores del proyecto, se procede al desarrollo de los objetivos del proyecto.

4.2. Interpretación de los resultados

Al respecto, se utilizó la herramienta de la encuesta (ver anexo 1) para recabar información de interés. Para esta encuesta se tuvo participación de cerca de 100 personas y fue aplicada entre el viernes 11 de marzo 2022 y el domingo 20 de marzo 2022, en una población de hombres y mujeres que van desde los 13 años en adelante.

Primeramente, la encuesta permitió conocer el porcentaje de hombres (58%) y mujeres (42%) que respondieron el instrumento. Observándose que cada vez más, las mujeres participan activamente en las diferentes actividades deportivas colectivas.

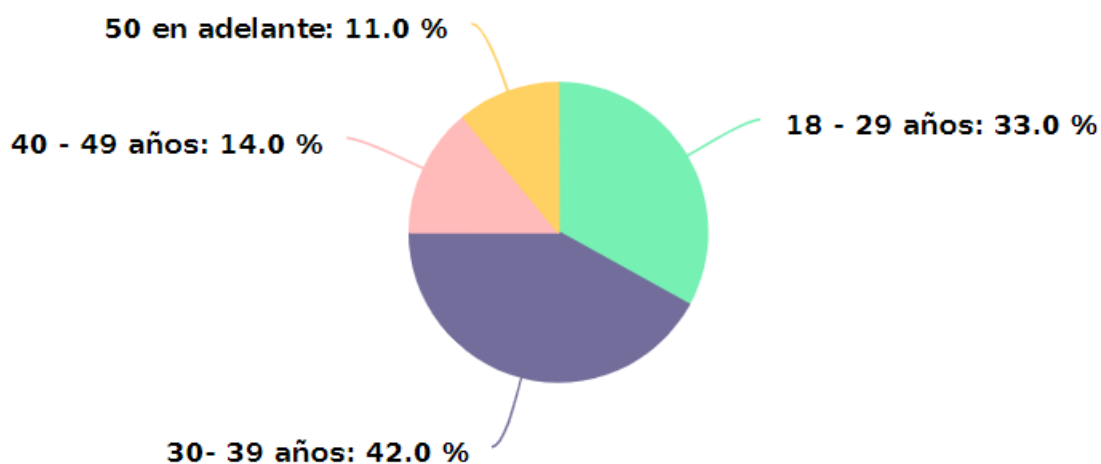
Gráfico 1: ¿Cuál es su género?



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022

Seguidamente, se conoció la edad de los participantes de la encuesta, quienes se encontraban mayormente entre los 18 y 39 años de edad (75%), los cuales a continuación se proceden a describir.

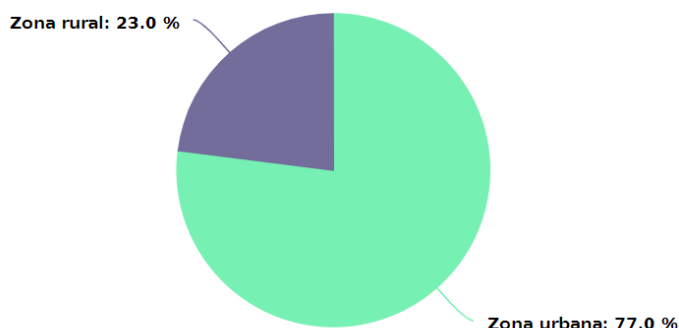
Gráfico 2: ¿Cuál es su grupo de edad?



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

Además, se consideró importante conocer como parte del estudio, la zona (rural o urbana) a la que pertenecen los participantes del instrumento, en la que se obtuvo un 77% de la zona urbana y un 23% de la zona rural, concluyendo, que los potenciales usuarios de la red social deportiva se ubican en la zona urbana, como bien también se observó en la encuesta del INEC (2021) expuestos en la encuesta de los hogares de Costa Rica con acceso a internet.

Gráfico 3: ¿A cuál zona del país pertenece?



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

Además, se solicitó a los encuestados que ordenaran una lista de cinco deportes desde la posición número 1 hasta la posición número 5, según la percepción de popularidad de cada deporte. Siendo la posición 1 el deporte más popular y el número 5 el deporte con menor popularidad según la percepción del encuestado. Al analizar esta información, se obtuvo en primera posición el fútbol (100%), seguido por baloncesto (82%), el vóleybol (47%), el béisbol (44%) y por último, el tenis (38%)

Tabla 9: Percepción de los deportes

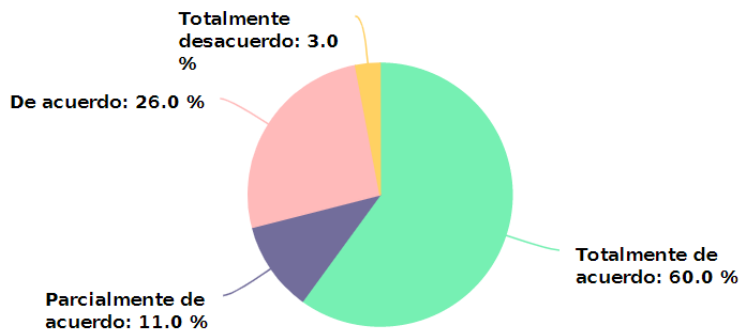
Valor	Posición 1	Posición 2	Posición 3	Posición 4	Posición 5
Baloncesto	0%	82%	3%	12%	3%
Béisbol	0%	0%	32%	44%	24%
Fútbol	100%	0%	0%	0%	0%
Tenis	0%	9%	18%	35%	38%
Vóleybol	0%	9%	47%	9%	35%

Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

La siguiente consultó, consistió en averiguar si los posibles usuarios conocen la existencia de alguna red social especializada en la gestión deportiva, obteniendo que un 94% desconoce de alguna red social de este tipo; y la única persona que conoce, indicó Facebook como red social deportiva.

Adicionalmente, los potenciales usuarios consideraron (97%) que las redes sociales pueden ser una herramienta para la gestión deportiva.

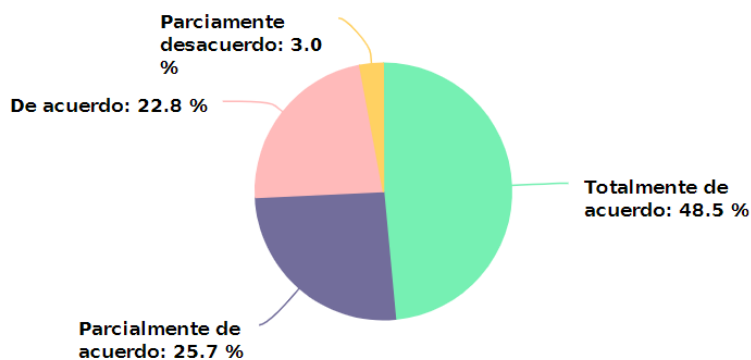
Gráfico 4: Considera que las redes sociales pueden ser una herramienta para la gestión deportiva



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

En la misma línea, 97% de los potenciales usuarios, consideraron oportuna la existencia de una red social especializada en la gestión deportiva.

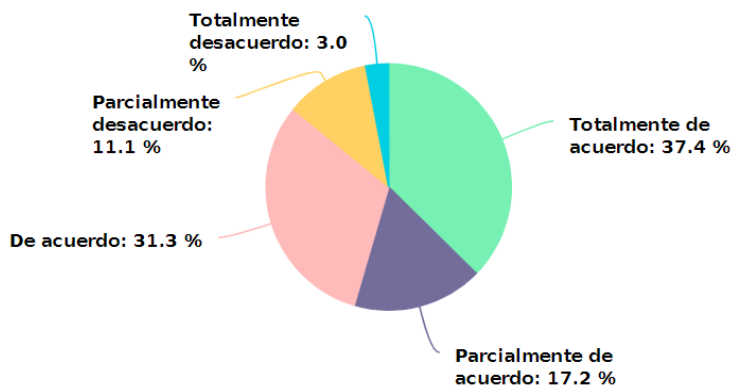
Gráfico 5: ¿Considera oportuna la existencia de una red social especializada en la gestión deportiva?



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

Sobre el particular, se concluyó que un 86% de los potenciales usuarios, en caso que existiera una red social deportiva, consideraría unirse; mientras que el 14% tendrían dudas de unirse a la red social.

Gráfico 6: En caso que existiera una red social deportiva ¿consideraría unirse?



Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

4.3. Proyección presupuestaria de la propuesta para estimar el costo de la elaboración de una red social deportiva

Las plataformas tecnológicas suficientes para realizar este desarrollo son hoy, gratuitas. Por lo anterior, dentro del alcance de esta investigación no se identifican costos relativos a las plataformas tecnológicas. Sin embargo, debe considerarse el costo del recurso humano.

En cuanto al recurso humano mínimo para realizar un desarrollo de estas dimensiones es necesario al menos cuatro ingenieros o programadores de sistemas que integren el equipo:

1. Líder técnico
2. Líder de negocio
3. Desarrollador *backend*
4. Desarrollador *frontend*

Por ello el costo aproximado de este desarrollo corresponderá a los honorarios o al salario mensual del equipo, el cual puede desglosarse de la siguiente manera:

Tabla 10: Costos probables aproximados

Rol	Salario mensual (en dólares estadounidense)
Líder técnico	\$4500
Líder de negocio	\$3500
Desarrollador backend	\$2800
Desarrollador frontend	\$2800
Costo total mensual	\$13 600

Fuente: Elaboración propia, marzo 2022.

Por lo anterior, se estima que los costos aproximados para realizar este desarrollo son de alrededor de \$13 600 dólares estadounidenses, lo que es equivalente a \$163 200 dólares americanos de manera anual.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Inicialmente se tenía una percepción o una oportunidad de negocio de interceptar las plataformas sociales en línea con los deportes, así como otras plataformas lo han hecho en otros campos de la vida humana como son la música, la fotografía, encontrar pareja, contactos profesionales y demás. Sin embargo, al no echar mano de instrumentos que permitirán realizar métricas que permitieran sustentar esta oportunidad de negocio, solo se tendría una percepción, una idea que al carecer de instrumentación técnica se podría entender como una ocurrencia.

Por esta razón, es importante aplicar distintas técnicas metodológicas e investigación técnica para determinar si lo que inicialmente se podría entender como solo una idea, podrá tener sustento técnico que respalde tanto la creación de este y de las diversas áreas que conllevan un desarrollo de este tipo

Con respecto con el objetivo número 1 recopilar las principales normas legales en cuanto al uso de redes sociales es el objetivo número dos. La información es el activo más importante de cualquier red social. La información (o los datos) son el principal bien, con el que dispone una red social. Las redes sociales se pueden evaluar y devaluar en cuando a la cantidad y diversidad de datos que estas poseen, puedan llegar a capturar y a la capacidad de convertir esos datos en información. La legislación costarricense es conciente del valor de los datos, de la seriedad del resguardo y manejo de estos, por lo cual desde hace 11 años creó la Agencia de Protección de Datos de los Habitantes (ProdHab) adscrita al Ministerio de Justicia y Paz. La ProHab es el ente gubernamental encargado de velar por el cumplimiento de las leyes en cuanto a protección de datos de los ciudadanos, como las recopiladas en las redes sociales. Esto a la luz de la Ley 8968 Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales, lo cual exige que cualquier base de datos que almacene información personal debe estar registrada en la ProHab para velar por el uso responsable de esta información. Como conclusión a este objetivo 2 la normativa vigente es la “Ley 8968 Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales” la cual es tutelara y tutelada por la ProHab.

Como conclusión al objetivo 2 en la fase de inicio del proyecto se hizo referencia a una serie de acciones que comprenden las tareas para llevar a cabo el proyecto, para definir su alcance, restricciones, fortalezas, debilidades e interesados todo contextualizado en los objetivos traducidos estos en tareas. Esto permite iniciar el proyecto al saber de antemano hacia donde se debe dirigir.

Continuando con la conclusión del objetivo 3, Superada la etapa 1 del proyecto, se comienza con la planificación del proyecto. En este punto se puede concluir que es una etapa neurálgica para el proyecto, quizás la más laboriosa y crítica de este. Por lo anterior es sumamente importante que se realice con un nivel de detalle importante a fin de no reducir las posibilidades de concluir el proyecto en tiempo y forma. Se determinó todo el trabajo a realizar de manera desglosada, esquematizada y atómica, junto con la hoja de ruta que se debe de seguir durante el resto del proyecto. Se logró concretar fácticamente lo que se debe hacer, cuando se debe hacer y cuando se determina que se hizo. En este punto se tomaron los objetivos del proyecto y se desmenuzó en forma de tareas y subtareas para la toma de decisiones de como alcanzarlos.

En cuanto al objetivo 4, la elaboración de una estrategia competitiva debe darse en dos direcciones de manera paralela. La primera dirección es con las buenas prácticas, normas y herramientas del PMI que permiten planar, diseñar y gerenciar este proyecto de una manera profesional y correcta. La segunda dirección paralela es en cuando al alcance. El alcance es un indicador de suma importancia, pues se convertirá, además, en un agente diferenciador. Alcance segmentado. La estrategia competitiva debe residir en gran parte en su acceso a la plataforma que debe ser de manera cerrada y restringida. Esto, al ser una limitante de ingreso para los usuarios, puede verse como una mala práctica. Sin embargo, al analizar experiencias anteriores de plataformas similares podemos inferir que es la mejor manera de comenzar a dar a conocer una plataforma de esta naturaleza. Muchas iniciativas de plataformas sociales han fracasado puesto que los usuarios muchos usuarios ingresan de manera descontrolada, sin tener nexos comunes por lo que interacción es casi nula. La socialización es el componente más importante de las plataformas de esta naturaleza, y al tener usuarios sin un nexo común con el cual socializar, causa que la red tienda a fracasar.

5.2 Recomendaciones

Luego de realizar esta memoria se determinan las siguientes recomendaciones:

Se recomienda que este desarrollo debe estar en total apego a la Ley 8968 Protección de la Persona frente al tratamiento de sus datos personales, la cual es tutelada y tutelada por la ProHab. Esto luego de concluir que un desarrollo de esta naturaleza, donde se capturan datos personales de los usuarios debe estar dentro de los márgenes de la legislación costarricense en cuanto al uso y tratamiento de datos personales.

Se recomienda el monitoreo constante y el apego a las métricas establecidas por el PMI con el fin de tener números confiables en cuanto al ritmo de desarrollo. Al inicio, se deben identificar las personas con la capacidad técnica para la realización del proyecto. Para esto es recomendable analizar: habilidades, experiencia, partes interesadas, disponibilidad y el tipo de remuneración. Para esto es recomendable buscar la opinión de expertos de diferentes disciplinas de forma tal que se obtengan insumos opiniones y herramientas que serán de vital importancia. En esta misma línea, también es recomendable definir cuándo, cómo y con que canales se llevarán a cabo las comunicaciones con los involucrados.

Se recomienda realizar un control cruzado entre el proyecto y el medio al que se dirige, fijando, además, su grado de viabilidad. Para esto es imprescindible realizar reuniones de seguimiento con el equipo de desarrollo como lo son dailys, reviews y plannings, con el fin de llevar una inspección diaria del avance de cada una de las tareas.

Se recomienda llevar de manera paralela el control del avance técnico de las tareas proyecto, así como las estrategias determinadas de inserción en el mercado de manera competitiva. Para esto el acceso restringido a la plataforma es una propuesta importante. Para ello es recomendable tomar para sí las lecciones aprendidas de experiencias similares y previas como lo fue Google++. Google++ fue una red social lanzada por el gigante de internet Google que, además de poseer el estándar técnico y visual que cualquier producto Google dispone, también tenía a su favor una cantidad de millones de usuarios registrados. Lo anterior debido que cualquier persona que tuviera una cuenta en Google, como lo es Gmail, tenía automáticamente una cuenta en

Google++. Sin embargo, pese a que millones de usuarios disponían una cuenta en Google++ no existían nexos concretos entre ellos, por lo que la socialización era escasa. Google++ pesé a tener un apartado técnico de primer nivel, y una masa de usuarios importante no logró capitalizar el componente social y por ende no logró consolidarse como una plataforma social, siendo tiempo de vida junio 2011 hasta agosto 2018. Se dice que Google++ fue la red social que todos teníamos, pero que ninguno usaba. La propuesta para dar a conocer esta plataforma se recomienda una estrategia competitiva similar a la aplicada por Facebook. Segmentación. La plataforma tiene la posibilidad de organizar encuentros deportivos. Lo cual nos da la posibilidad de crear alianzas estratégicas con empresas, instituciones u organizaciones que realicen campeonatos deportivos entre sus colaboradores, con el fin de poder modernizar sus actividades deportivas gratuitamente por medio de una plataforma en línea.

Adicionalmente, y quizás con un segundo nivel de relevancia, se hacen otras recomendaciones que deben de tomarse en consideración. Los negocios con naturaleza de startups no son bien vistos, puesto que implican una inversión riesgosa e inicial importante y los réditos económicos se reciben muy posteriormente a esta inversión. Esto es muy propio de las actividades exclusivas en propiedad intelectual como lo son los libros, películas, mapas, música o arte, que requieren de una inversión inicial que no tendrá retorno de manera inmediata, mientras se realiza la obra, sino que el redito de las mismas será posterior al término de esta, cuando se pone a la aceptación o no aceptación del público, siendo -además- altamente riesgosas. Por esta razón, **son las Instituciones de Educación Superior, debe ser las primeras llamadas al desarrollo de proyectos o empresas con naturaleza de startups**, pues su naturaleza investigativa donde convergen distintas disciplinas y su vocación en la creación de posibilidades de trabajo y de emprendimientos convierte a las Universidades en el lugar ideal para la creación de startups o de emprendimientos en propiedad intelectual.

- **Incubadoras de emprendimientos desde la académica:** Pese a que existe una anuencia entre los jóvenes universitarios en emprender, el apoyo a nivel universitario para que esto sea realidad es escaso. Es recomendable realizar una estrategia de cooperación conjunta con la empresa privada e instituciones gubernamentales, para que aquellos emprendimientos que demuestren un potencial puedan ser financiados, patrocinados y

desarrollados. Existen experiencias como la de Israel, que tiene este modelo con éxito, prueba de esto es la cantidad significativa de patentes que han logrado crear desde la academia. Los estudiantes universitarios tienen diversas actitudes y la innovación necesaria, para realizar emprendimientos de grandes alcances como el descrito en esta memoria.

- **Proyección estudiantil:** Aunado a las incubadoras de emprendimientos, se recomienda incorporar a los estudiantes en ellos. Los estudiantes podrían realizar sus proyectos de Trabajo Comunal Universitario e incluso vincularse a la investigación o a la acción social por medio de emprendimientos gestados desde la academia.
- **Integración con otras disciplinas:** La naturaleza de esta propuesta permite articular a estudiantes universitarios de otras escuelas (o profesionales) como Ciencias Económicas, Diseño Gráfico, Publicidad, Mercadeo, entre otras, de forma tal que puedan realizar análisis, estudios o tesis orientadas al desarrollo de una red social en Costa Rica. Un ejemplo de esto puede ser integrar estudiantes de la carrera de mercadeo para que realicen un estudio de mercado de una red social desarrollada en Costa Rica, o un análisis de viabilidad financiera realizado por estudiantes de ciencias económicas, o una campaña publicitaria realizada por estudiantes de la carrera de publicidad. Es decir, esta memoria puede representar un importante nicho para otras investigaciones interdisciplinarias.

CAPÍTULO 6: LA PROPUESTA

Estrategia competitiva de una Red Social Deportiva, basado en la metodología de Gerencia de Proyectos, según el PMI para el 2022, con el fin de facilitar la gestión del proyecto.

6.1. Introducción

Para el desarrollo de este capítulo, se tomó como base en las fases de gestión de proyectos de la Guía del PMBOK (7ª edición), específicamente la fase de planificación según el PMI (Project Management Institute), por lo que se tomó en cuenta las herramientas de PMI con el fin de definir cuáles son las etapas del proyecto, fechas, recursos, entre otros.

Asimismo, para la conformación de la estrategia competitiva que permita el desarrollo de una red social deportiva en el contexto actual, se tomará como insumo los hallazgos expuestos en el capítulo 4 “Análisis e Interpretación de Resultados”.

Finalmente, se efectuará una estrategia competitiva que permita el desarrollo de una red social deportiva en el contexto actual, con una visión holística del proyecto.

6.2. Principales normas legales relacionadas con el uso e implementación de redes sociales en Costa Rica

6.2.1. Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales, (Ley 8968)

La Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales, Ley 8968, tiene como fin garantizar a cualquier persona, independientemente de su nacionalidad, residencia o domicilio, el respeto a sus derechos fundamentales, concretamente, su derecho a la autodeterminación informativa en relación con su vida o actividad privada y demás derechos de la personalidad, así como la defensa de su libertad e igualdad respecto al tratamiento automatizado o manual de los datos correspondientes a su persona o bienes.

En esta línea, el artículo 9 de esta norma determina tres categorías particulares de los datos, que se proceden a exponer:

Datos irrestrictos: Datos personales de acceso irrestricto son los contenidos en bases de datos públicas de acceso general, por ejemplo, los datos contenidos en la consulta pública de la página oficial del Tribunal Supremo de Elecciones o del Registro de la Propiedad.

Datos restringidos: Datos personales de acceso restringido son los que, aun formando parte de registros de acceso al público, no son de acceso irrestricto por ser de interés solo para su titular o para la Administración Pública. Su tratamiento será permitido únicamente para fines públicos o si se cuenta con el consentimiento expreso del titular.

Datos sensibles: Ninguna persona estará obligada a suministrar datos sensibles. Se prohíbe el tratamiento de datos de carácter personal que revelen el origen racial o étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, espirituales o filosóficas, así como los relativos a la salud, la vida y la orientación sexual, entre otros.

Al respecto, debe existir una persona responsable de la base de datos, quien adoptará las medidas de índole técnica y de organización necesarias para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal y evitar su alteración, destrucción accidental o ilícita, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, así como cualquier otra acción contraria a esta ley.

Entre las medidas de prevención, se debe incluir, al menos, los mecanismos de seguridad física y lógica más adecuados de acuerdo con el desarrollo tecnológico actual, para garantizar la protección de la información almacenada.

Por otro lado, la norma es enfática al determinar que no se registrarán datos personales en bases de datos que no reúnan las condiciones que garanticen plenamente su seguridad e integridad, así como la de los centros de tratamiento, equipos, sistemas y programas.

También, el responsable y quienes intervengan en cualquier fase del tratamiento de datos personales están obligadas al secreto profesional o funcional, aun después de finalizada su relación con la base de datos. La persona obligada podrá ser relevada del deber de secreto por decisión judicial en lo estrictamente necesario y dentro de la causa que conoce.

Es necesario resaltar que las personas físicas y jurídicas, públicas y privadas, que tengan entre sus funciones la recolección, el almacenamiento y el uso de datos personales, podrán emitir un protocolo de actuación donde establecerán los pasos que deberán seguir en la recolección, el almacenamiento y el manejo de los datos personales, de conformidad con las reglas previstas en esta ley.

Para que sean válidos, los protocolos de actuación deberán ser inscritos, así como sus posteriores modificaciones, ante la Agencia de Protección de Datos de los Habitantes (Prodhab). Además, se podrá verificar, en cualquier momento, que la base de datos esté cumpliendo cabalmente con los términos de su protocolo.

La Prodhab es un órgano de desconcentración máxima adscrito al Ministerio de Justicia y Paz. Tendrá personalidad jurídica instrumental propia en el desempeño de las funciones que le asigna esta ley, además de la administración de sus recursos y presupuesto, así como para suscribir los contratos y convenios que requiera para el cumplimiento de sus funciones. La Agencia gozará de independencia de criterio.

6.3. Fase de iniciación según el PMI

6.3.1. Business case

6.3.1.1. El problema

El problema central es que no existe una socialización deportiva derivada del contacto virtual entre aficionados a un mismo deporte, puesto que no se cuenta con una red social deportiva que abarque la mayoría de las funcionalidades que usuarios potenciales a esta red desearían tener.

Existen algunas plataformas en línea que realizan algunas de estas funcionalidades, pero no de manera integrada y conjunta.

Facebook, la red social por excelencia, al no ser una red social especializada, cubre algunas de las funcionalidades básicas, sin embargo, no lo hace de la manera especializada como otras redes sociales lo hacen en distintos campos. Actividades humanas como mensajería, compras, transporte, fotografía y videos, comidas rápidas, relaciones, y demás son áreas que ya cuenta con una red social especializada y con éxito; el deporte aún no.

Paralelamente al problema central se identifican otros problemas subyacentes propios de la creación o desarrollado del proyecto como lo son:

- Poco interés de introducir en el mercado, una red social deportiva.
- Desconocimiento de la preferencia de la red social deportiva, de los potenciales usuarios.
- Falta de información legal sobre el uso de las redes sociales en Costa Rica.
- Desconocimiento del costo operativo del proyecto.
- Ausencia de capital base para el inicio del negocio.
- Desconocimiento de los principales deportes a nivel nacional.
- Desconocimiento de la necesidad y oportunidad del negocio.
- Poca motivación para emprender.
- Complejidad de normativa para el emprendimiento.

6.3.1.2 Análisis FODA

Después de la definición del problema se consideró importante realizar un análisis FODA que permitiera conocer con mucha exactitud la potabilidad del proyecto.

Fortalezas:

- Aceptación del modelo al ser puesto a consideración de expertos internacionales
- Herramientas informática robusta y suficiente
- Metodología y arquitectura técnica informática
- Conocimiento del negocio

- Claras estrategias de inserción

Oportunidades:

- Campo sin explotar
- Masa de Usuarios en crecimiento constante
- Muchas oportunidades de expansión de la plataforma
- Oportunidad de expansión internacional

Debilidades:

- Presupuesto
- Falta significativa de desarrolladores
- Poco conocimiento en distintas áreas del conocimiento como lo son finanzas y marketing
- Falta de alianzas con instituciones estratégicas. Por ejemplo: Las Universidades.

Amenazas:

- Incursión de la competencia
- Adaptación de plataformas consolidadas

6.3.1.3. Oportunidad de negocio

Tiempo después del nacimiento de la internet, nació la web. La cual, a su vez, a lo largo de los años se ha sido desarrollando y creciendo para adaptarse a la cotidianidad de todas las personas. Este proceso de crecimiento y desarrollo se le conoce como la web 1.0, la web 2.0 y la web 3.0.

La web 3.0, es decir la actual, corresponde a la web caracterizada por ser personalizada, basada en los gustos y preferencias personales de las personas, donde tuvieron una injerencia preponderante la aparición de las redes sociales, las cuales cambiaron la forma de entretenernos, informarnos, pensar, actuar y hasta de comportarnos. Estas redes sociales abarcan distintas áreas de manera focalizada, como lo hicieron plataformas como SnapChat, Tinder, LinkedIn, Twitter,

Facebook, Instagram por mencionar algunas, siendo el área deportiva una de las que aun no se abarcan en su totalidad.

Por lo anterior, al combinar el alcance de las redes sociales con la popularidad de los deportes, se obtiene una oportunidad de negocio importante basado en la publicidad dirigida. Obtener una masa de usuarios importante que practiquen algún tipo de deporte soportado por la plataforma permitirá a los comercios especializados en artículos deportivos promocionar sus productos con la garantía de que su producto llegara a potenciales clientes con la garantía que son personales interesadas en este tipo de productos.

6.3.1.4. Resultados previstos

Luego de los distintos análisis y estudios mostrados anteriormente el principal resultado es lograr una plataforma tecnológica disponible en internet que albergue los principales deportes que se practican en Costa Rica a nivel aficionado. Con esto, el usuario tendrá disponible toda la gestión social que implica la práctica de sus deportes preferidos en una única plataforma. A manera de ejemplo, esto evitaría al usuario tener una app una para futbol, otra app para baloncesto, otra app para tennis, otra app para atletismo, entre otras. Sino que tendría todos sus deportes preferidos en una misma y única app.

Lo anterior daría como resultado una masa importante de usuarios activos que practican alguno de los deportes soportados por la plataforma y que son el objetivo de distintos establecimientos que comercial artículos deportivos.

6.3.1.5. Recomendaciones:

Al tratarse de un proyecto de naturaleza StartUp se recomienda:

- Se recomienda involucrar activamente a las Universidades: En las Universidades son la cuna del pensamiento crítico y por ende de la innovación y el emprendimiento multidisciplinario. Por esta razón es de suma importancia incorporar a las Universidades

para que por medio de alianzas estratégicas con las distintas Escuelas como lo pueden ser la Escuela de Economía, la Escuela de Diseño Publicitario, la Escuela de Administración de Empresas y todas las demás Escuelas o Unidades que tengan alguna injerencia en proyectos de esta naturaleza puedan participar activamente de este desarrollo.

- Se recomienda buscar inversión: Por lo general, las StartUps se “financian” con participación accionaria entre los desarrolladores del proyecto, con el fin de que cuando este esté finalizado y sea rentables, los desarrolladores (ahora accionistas) tengan una cuota de dividendos una vez el proyecto tenga rentabilidad. Sin embargo, esto no es atractivo para los desarrolladores, puesto que estarán meses trabajando sin recibir un salario o una paga por sus labores.

6.3.1.6. Justificación

En el trabajo final de graduación titulado “Propuesta para un emprendimiento de una red social deportiva nacional en su fase de diseño tecnológico” (Figuroa Guevara, 2021) se diseñó una arquitectura técnica/informática que demostró ser suficiente para el desarrollo tecnológico, o plataforma, de una red social deportiva.

Ahora bien, tomando como base el proyecto anterior de naturaleza meramente técnica, el paso siguiente es la parte meramente administrativa de gerenciar el proyecto. Es decir, el proyecto ya anteriormente demostró ser técnicamente viable, ahora es importante determinar el camino a seguir, y para esto es importante utilizar las técnicas y herramientas que dispone el PMI, como las utilizadas a continuación.

Tabla 11: Análisis del equipo de trabajo

Rol	Descripción
Project Manager	Es el encargado del análisis legal, técnico, y administrativo del proyecto. Da seguimiento y coordinación de las tareas y trabaja de manera conjunta con el arquitecto y desarrolladores. Realiza la evaluación de los avances y tareas a seguir durante todo el proyecto.
Arquitecto de software	Es el encargado de definir la arquitectura utilizada para el desarrollo de la plataforma. Esto implica determinar cuáles servicios y cuales proveedores en línea utilizar, así como la estructura interna de la plataforma.
Desarrollador FrontEnd	Es el encargado desarrollar la parte visual que interactúa directamente con el usuario. Esto implica el sitio web y aplicaciones móviles.
Desarrollador BackEnd	Es el encargado de desarrollar la parte de lógica y procesamiento interno de la plataforma. Esto implica, transacciones, validaciones, lógica y base de datos

Fuente: Elaboración propia

6.3.1.7. Definición del proyecto

Este proyecto define las tareas necesarias para desarrollar un prototipo de red social deportiva, en el cual se utilizan herramientas de gestión de proyectos como cronogramas, diagramas GANT, EDT, entre otras.

El proyecto identifica las tareas más importantes requeridas para el posterior desarrollo y despliegue de este prototipo. Luego de esta secuencia de ideas, se han establecido las principales normas jurídicas relacionadas con el uso e implementación de las redes sociales en Costa Rica, en particular la ley que protege a las personas del tratamiento de datos personales individuales, Ley N° 8968.

A continuación, se diseña la fase de iniciación según PMI (Project Management Institute), una organización sin fines de lucro, que tiene como objetivo fortalecer y capacitar a los profesionales de proyectos y agentes de cambio con nuevas tecnologías, nuevas capacidades y formas de trabajar para maximizar las colisiones. El Project Management Institute ha desarrollado

la Guía Esencial de Gestión de Proyectos (Guía PMBOK 7ª edición), conocida como la publicación principal del Project Management Institute, en la que el Instituto identifica cuatro etapas de la gestión eficaz de proyectos, a saber: Inicio, Planificación, Ejecución, Monitoreo, Control y Cierre. Cabe señalar que para efectos de este proyecto se realizaron las dos primeras fases de iniciación y planificación.

Después de analizar estas herramientas, se elaboró una hoja de ruta que permitiera avanzar con el proyecto, como se muestra en el siguiente objetivo de planificación, en el que se utilizó un cronograma de trabajo en el que se utilizaron los recursos. Se han distribuido varios recursos para su uso, así como diagramas de Gantt utilizados para dividir las tareas de trabajo del proyecto. Finalmente se determinó una estrategia competitiva que permita el desarrollo de una red social deportiva en el contexto actual, para ello se toman en cuenta los aportes recaudados en épocas anteriores y permitirán el desarrollo de las dos primeras etapas de la gestión. Según PMI, el marco de desarrollo empresarial (WBS) desglosa objetivos grandes o complejos en objetivos manejables.

6.3.1.8. Descripción del proyecto

El desarrollo de este proyecto consiste en la construcción de un prototipo de una red social deportiva, que permita a los usuarios realizar, administrar y socializar su actividad deportiva. Para esto, se han definido herramientas tecnológicas que sean suficientes para un desarrollo de esta naturaleza. Además, una estructura de trabajo y su respectivo desglose de tareas que deben de llevarse a cabo para la finalización de este proyecto.

6.3.1.9. Metas y Objetivos

En la siguiente tabla muestra los objetivos del proyecto:

Tabla 12: Metas y Objetivos

Objetivo	Descripción
Albergar a los deportistas aficionados	La plataforma debe ser capaz de albergar a todos los deportistas aficionados que deseen administrar su actividad y rendimiento deportivo en una plataforma especializada de forma tal que permita socializarla.

Objetivo	Descripción
Brindar todas las funcionalidades deportivas	La plataforma debe ser capaz de ofrecer las principales funcionalidades deportivas que los usuarios desean. Estas son del orden de poder realizar equipos, poder ubicar canchas, realizar partidos entre equipos, buscar nuevos jugadores, organizar y participar en campeonatos, entre otras.
Ofrecer el componente social	La plataforma debe ser capaz de ofrecer las principales funcionalidades que las redes sociales más importantes convirtieron en un estándar. Compartir publicaciones, fotos, videos, comentarios, entre otras.
Administrar los centros deportivos	La plataforma debe convertirse en un administrador de los centros deportivos, que le permita a los dueños de centros deportivos llevar un control administrativo completo de su centro
Soportar más deportes	Inicialmente la plataforma iniciará con futbol, pues como vimos anteriormente es el deporte con mayor popularidad en Costa Rica. Sin embargo, se deben soportar e incluir más deportes. Es decir, la plataforma debe ser capaz de poder incluir más deportes y por ende más usuarios aficionados a estos deportes
Publicitar de manera dirigida	Es el modelo de negocio de la plataforma. Muchas redes sociales lucran por medio de publicidad dirigida. En el caso de este proyecto, esto quiere decir que las empresas que comercien artículos estrictamente deportivos pueden encontrar en la plataforma como un medio donde dar a conocer sus productos con la seguridad que su publicidad llegará a usuarios activos interesados en su producto.

Fuente: Elaboración propia.

6.3.1.10. Medición del alcance

En la siguiente tabla se muestran las métricas utilizadas para la medición del avance del proyecto la cual se utilizará principalmente la metodología SCRUM:

Tabla 13: Medición del alcance

Métrica	Resultados
El Backlog	El PM debe realizar esta lista de todas las tareas necesarias para realizar el proyecto. Cada una de estas tareas deben ser pormenorizadas, detalladas y atómicas.

Métrica	Resultados
Sprints	El PM en un lapso no mayor a 22 días, hará reuniones con los desarrolladores con el fin de determinar el sprint. Un sprint es la definición de cuantas y cuales tareas que se deben desarrollar, cumplir y concluir en un tiempo determinado, antes del inicio del siguiente sprint.
Planning Poker	El planning poker es una técnica que permite al PM, junto con la opinión del equipo desarrollador estimar el tiempo necesario para cada unas de las tareas que se pretenden incorporar al sprint. De esta forma se tiene una estimación objetiva del tiempo requerido para cada una de las tareas y de ahí determinar cuales se deben agregar.
Burndown	Una pizarra de Burndown es una gráfica que permite ver el estado del progreso de un Sprint. Funciona como una métrica para analizar con precisión el nivel de avance del desarrollo de la plataforma.

Fuente: Elaboración propia.

6.3.1.11. Supuestos del proyecto

Los supuestos que se aplican al proyecto son:

- Se dispone de una suscripción y cuenta activa a los distintos proveedores de servicios en línea necesarios para el proyecto.
- El personal tiene conocimientos en desarrollo de software.
- La arquitectura y requerimientos de lo que debe realizar el prototipo deben estar claramente definidos previamente.
- Se disponen de todas las herramientas necesarias para el desarrollo del proyecto

6.3.1.12. Restricciones del proyecto

Con el fin de especificar y a la vez delimitar el proyecto se identificaron las siguientes restricciones:

- El prototipo se realizará inicialmente enfocado a futbol.
- El prototipo se realizará utilizando únicamente las plataformas previamente establecidas.
- El prototipo se realizará utilizando la arquitectura previamente establecida.

6.3.1.13. Principales hitos del proyecto

El siguiente cuadro muestra los principales hitos técnicos del proyecto:

Tabla 14: Principales Hitos del proyecto

Hito	Fecha de finalización
Configuraciones iniciales: Corresponden a todas las configuraciones y adaptaciones que se realizan a los distintos insumos tecnológicos necesarios para iniciar el desarrollo del prototipo.	Viernes 19 de agosto 2022
Capacitación inicial: Corresponde a la capacitación inicial sobre las tecnologías a utilizar, metodologías con buenas prácticas, y funcionalidades del sistema para comenzar el desarrollo del prototipo	Viernes 19 de agosto 2022
Conclusión del desarrollo del backend: Corresponde al desarrollo de la “parte interna” del sistema. Es decir, es la parte encargada de realizar toda la lógica necesaria para las transcciones realizadas por el usuario. Incluye lógica, validaciones, conexiones y base de datos.	Lunes 28 de noviembre 2022
Conclusión del desarrollo del frontend: Corresponde a la parte gráfica o carátula que utiliza el usuario al interactuar directamente desde sus dispositivos. Incluye el desarrollo del sitio web, app para iOS y app para Android.	Lunes 23 de enero 2023
Pruebas y depuración: Corresponde a la realización de pruebas funcionales y no funcionales. Es decir, las pruebas que comprueben que el prototipo realiza las tareas que se buscan hacer y que las hace de la forma más eficiente posible. Esto incluye la identificación y corrección de los posibles que surjan producto de estas pruebas.	Miércoles 22 de febrero 2023
Fin del desarrollo del prototipo	Miércoles 22 de febrero 2023

Fuente: Elaboración propia.

6.4. Fase de planificación según el PMI

6.4.1. Riesgos de alto nivel

Los principales riesgos del proyecto son los que se muestran en la siguiente matriz de riesgos.

Tabla 15: Riesgos de alto nivel

Código RBS	Causa	Riesgo	Consecuencia	Probabilidad	Impacto	PxI	Estrategia
1	Pocos incentivo o para para los desarrolladores	Renuncia por parte de los desarrolladores	Detención en el desarrollo del proyecto	5	5	25	Evitar: Ofrecer participación accionaria. Buscar inversión para el pago de los desarrolladores
2	Cambios en las políticas de herramientas gratuitas	Aumento del costo por las herramientas de desarrollo	Retraso del desarrollo del proyecto	1	3	3	Aceptación pasiva: Seguir normativa y/o nuevas condiciones en las políticas.
3	Entrada de competidores	abarcar el mercado	Reducción de los potenciales usuarios	3	5	15	Aceptación pasiva: Analizar competencia para identificar ventajas competitivas y diferenciadoras.

Fuente: Elaboración propia

6.4.2. Aprobadores

Esta sección indica quienes aprobaron los objetivos, propósitos y desarrollo del proyecto descrito anteriormente.

Tabla 16: Aprobadores

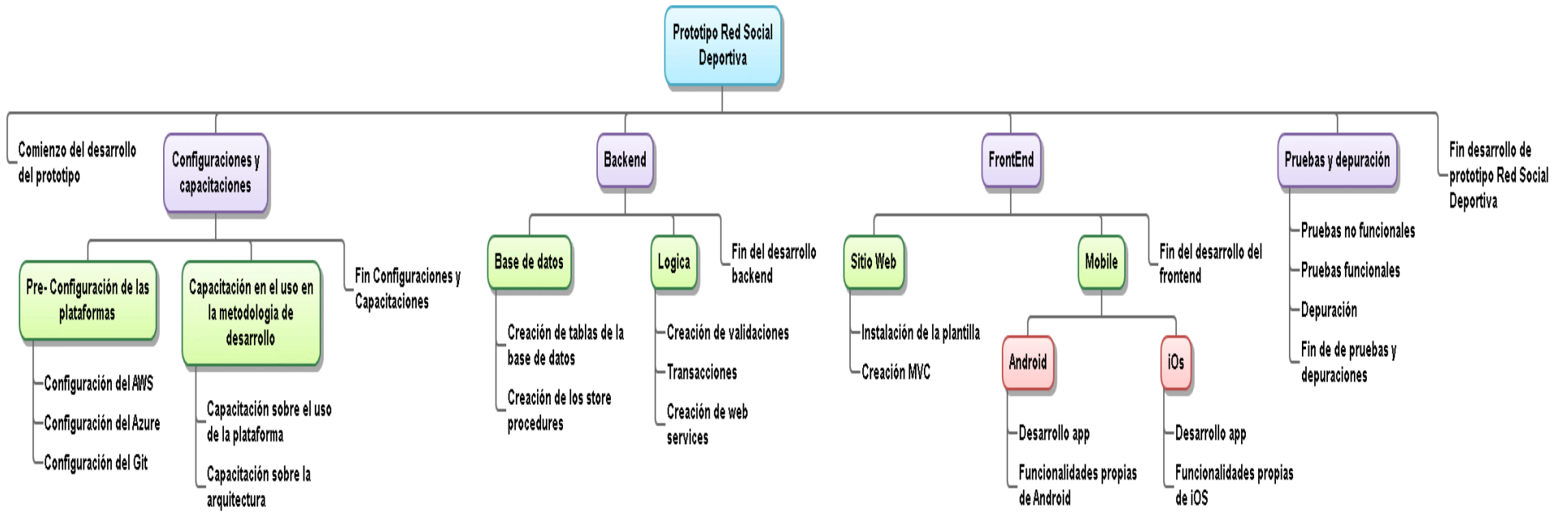
Nombre	Título	Fecha
Johan Figueroa Guevara	Project Manager	11 de abril 2022
José David Meléndez Alfaro	Arquitecto	11 de abril 2022

Fuente: Elaboración propia.

6.4.3. Estructura de desglose de Trabajo (EDT)

La EDT o por sus siglas en inglés WBS (Work Breakdown Structure) permite una vista del proyecto para observar el funcionamiento de este. Ayuda a comunicar las tareas y el desgloce correspondiente de cada una de ellas. El Project Manager y el Arquitecto utilizan la EDT para desarrollar la programación del proyecto

Ilustración 1: Estructura de desglose de Trabajo



Fuente: Elaboración propia.

6.4.4. Cronograma

Tiene como objetivo definir las actividades requeridas. Para esto se definen las tareas junto con la estimación de tiempo para realizar cada una. Esto con el fin de poder llevar un control según el EDT que se elaboró. Seguidamente, cada tarea está asociada con otras con el fin de determinar las tareas que son dependientes de tareas previas.

Ilustración 2: Cronograma

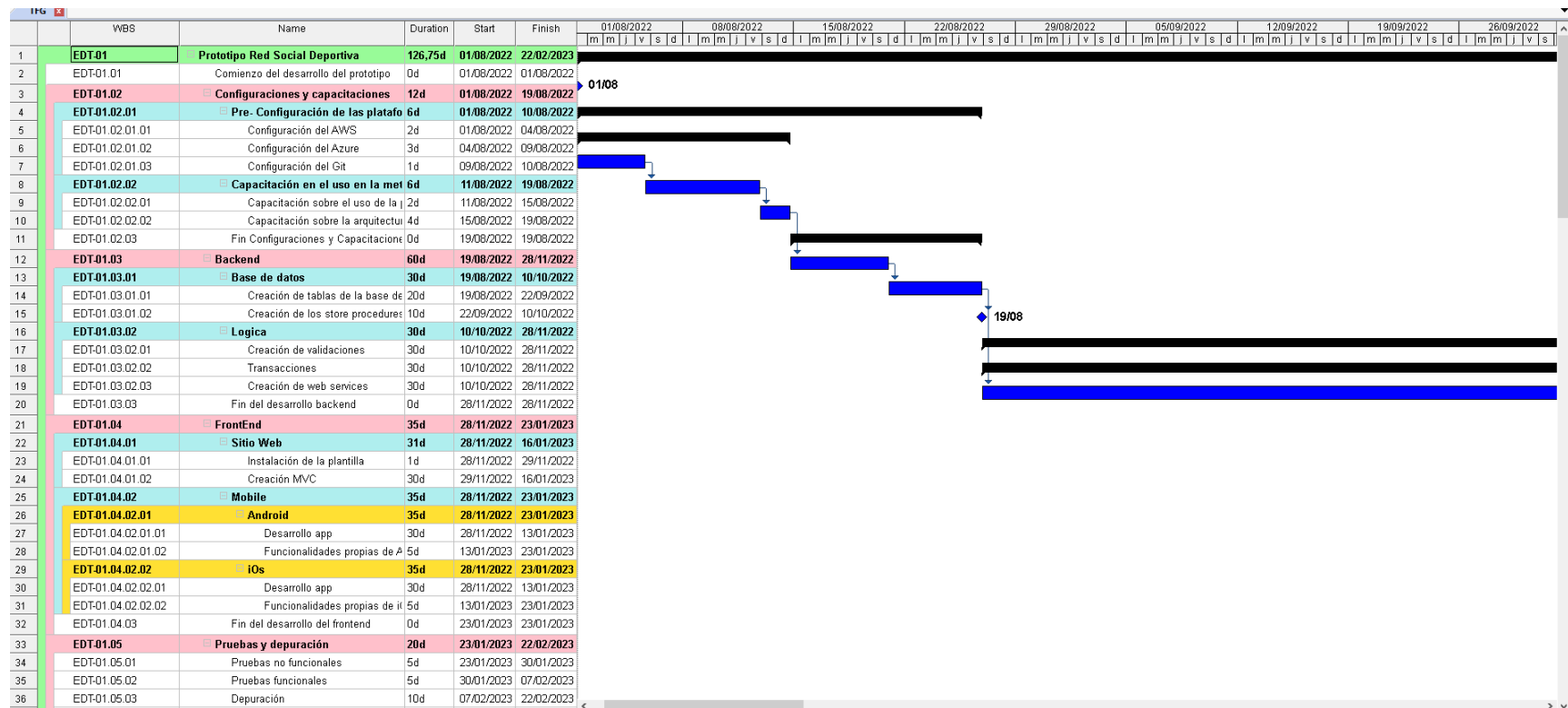
	WBS	Name	Duration	Start	Finish
1	EDT-01	Prototipo Red Social Deportiva	126,75d	01/08/2022	22/02/2023
2	EDT-01.01	Comienzo del desarrollo del prototipo	0d	01/08/2022	01/08/2022
3	EDT-01.02	Configuraciones y capacitaciones	12d	01/08/2022	19/08/2022
4	EDT-01.02.01	Pre- Configuración de las platafo	6d	01/08/2022	10/08/2022
5	EDT-01.02.01.01	Configuración del AWS	2d	01/08/2022	04/08/2022
6	EDT-01.02.01.02	Configuración del Azure	3d	04/08/2022	09/08/2022
7	EDT-01.02.01.03	Configuración del Git	1d	09/08/2022	10/08/2022
8	EDT-01.02.02	Capacitación en el uso en la met	6d	11/08/2022	19/08/2022
9	EDT-01.02.02.01	Capacitación sobre el uso de la	2d	11/08/2022	15/08/2022
10	EDT-01.02.02.02	Capacitación sobre la arquitectu	4d	15/08/2022	19/08/2022
11	EDT-01.02.03	Fin Configuraciones y Capacitacione	0d	19/08/2022	19/08/2022
12	EDT-01.03	Backend	60d	19/08/2022	28/11/2022
13	EDT-01.03.01	Base de datos	30d	19/08/2022	10/10/2022
14	EDT-01.03.01.01	Creación de tablas de la base de	20d	19/08/2022	22/09/2022
15	EDT-01.03.01.02	Creación de los store procedures	10d	22/09/2022	10/10/2022
16	EDT-01.03.02	Logica	30d	10/10/2022	28/11/2022
17	EDT-01.03.02.01	Creación de validaciones	30d	10/10/2022	28/11/2022
18	EDT-01.03.02.02	Transacciones	30d	10/10/2022	28/11/2022
19	EDT-01.03.02.03	Creación de web services	30d	10/10/2022	28/11/2022
20	EDT-01.03.03	Fin del desarrollo backend	0d	28/11/2022	28/11/2022
21	EDT-01.04	FrontEnd	35d	28/11/2022	23/01/2023
22	EDT-01.04.01	Sitio Web	31d	28/11/2022	16/01/2023
23	EDT-01.04.01.01	Instalación de la plantilla	1d	28/11/2022	29/11/2022
24	EDT-01.04.01.02	Creación MVC	30d	29/11/2022	16/01/2023
25	EDT-01.04.02	Mobile	35d	28/11/2022	23/01/2023
26	EDT-01.04.02.01	Android	35d	28/11/2022	23/01/2023
27	EDT-01.04.02.01.01	Desarrollo app	30d	28/11/2022	13/01/2023
28	EDT-01.04.02.01.02	Funcionalidades propias de A	5d	13/01/2023	23/01/2023
29	EDT-01.04.02.02	iOs	35d	28/11/2022	23/01/2023
30	EDT-01.04.02.02.01	Desarrollo app	30d	28/11/2022	13/01/2023
31	EDT-01.04.02.02.02	Funcionalidades propias de it	5d	13/01/2023	23/01/2023
32	EDT-01.04.03	Fin del desarrollo del frontend	0d	23/01/2023	23/01/2023
33	EDT-01.05	Pruebas y depuración	20d	23/01/2023	22/02/2023
34	EDT-01.05.01	Pruebas no funcionales	5d	23/01/2023	30/01/2023
35	EDT-01.05.02	Pruebas funcionales	5d	30/01/2023	07/02/2023
36	EDT-01.05.03	Depuración	10d	07/02/2023	22/02/2023

Fuente: Elaboración propia.

6.4.4. Diagrama de Gantt

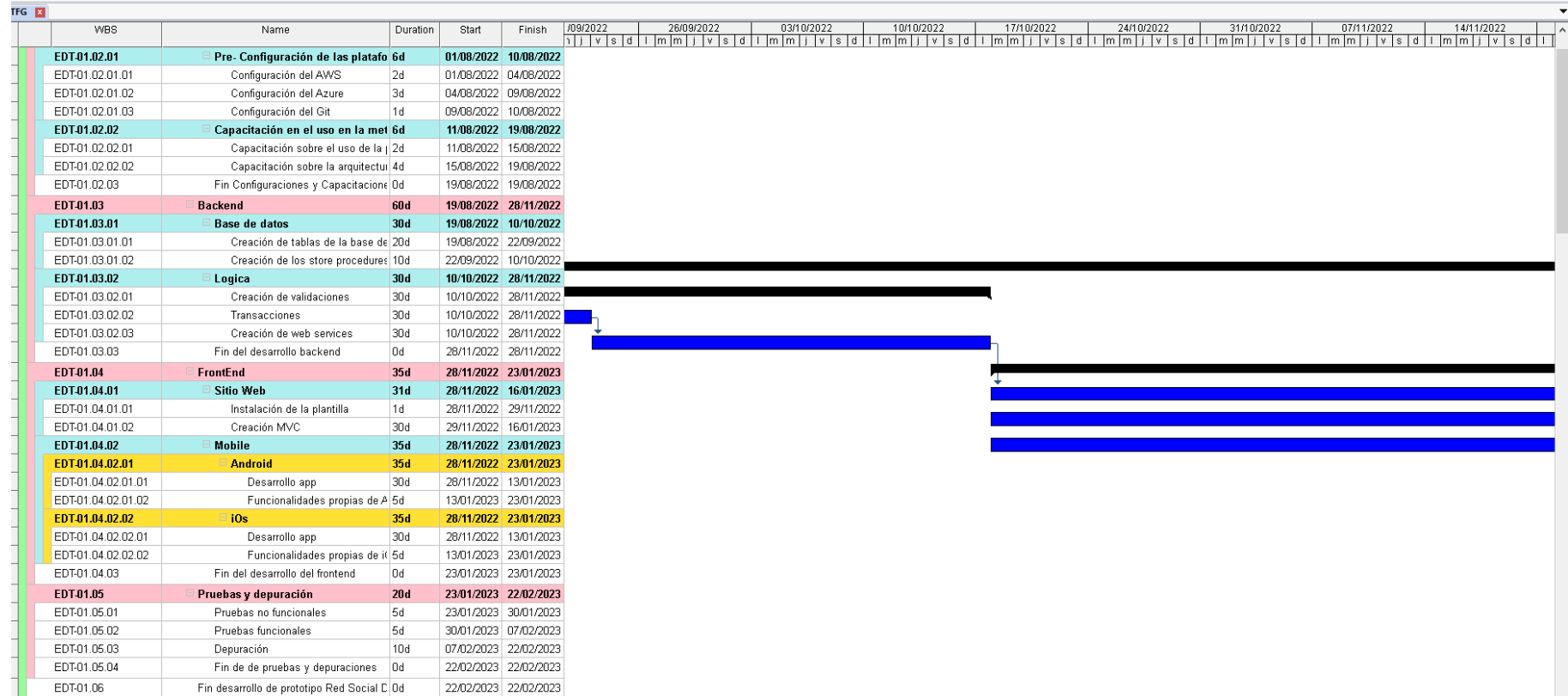
Un diagrama de Gantt permite visualizar los componentes básicos de un proyecto y para organizarlo en subtareas más pequeñas y gestionables. Estas subtareas se programan en la línea de tiempo del diagrama de Gantt, y se agregan las dependencias entre si.

Ilustración 3: Diagrama de Gantt Parte 1



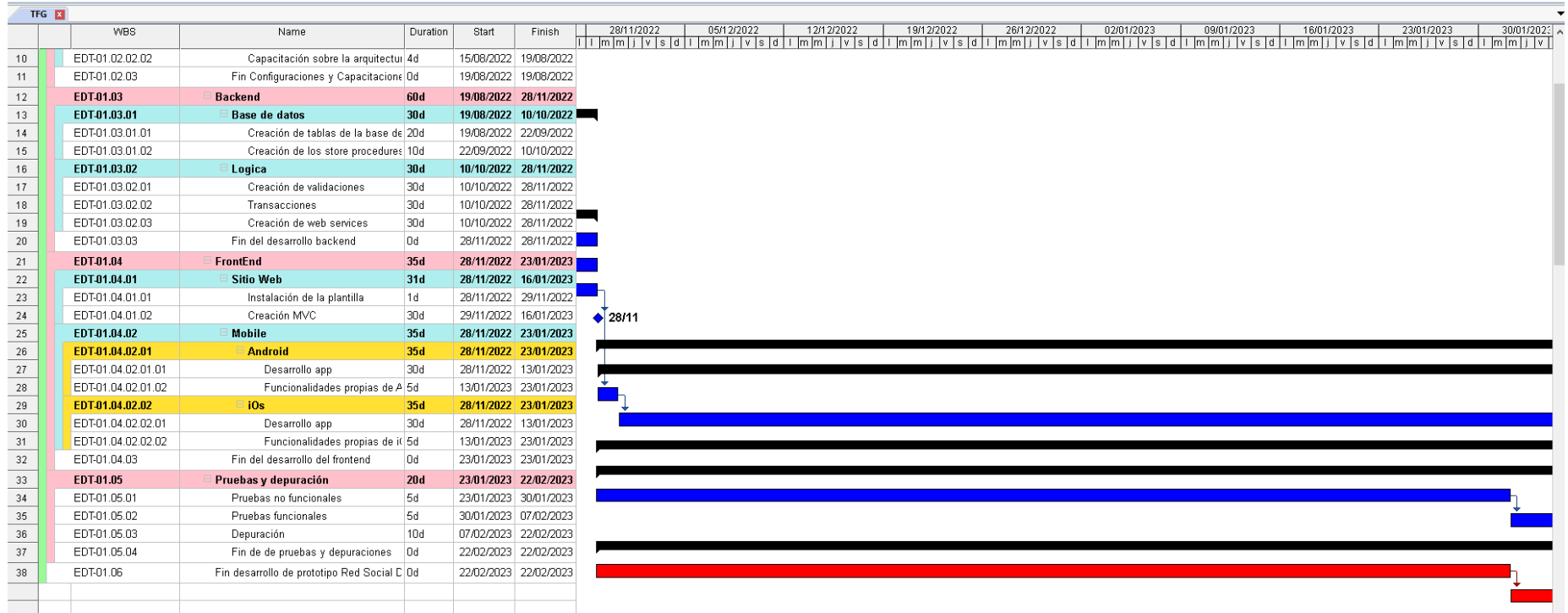
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 4: Diagrama de Gantt Parte 2



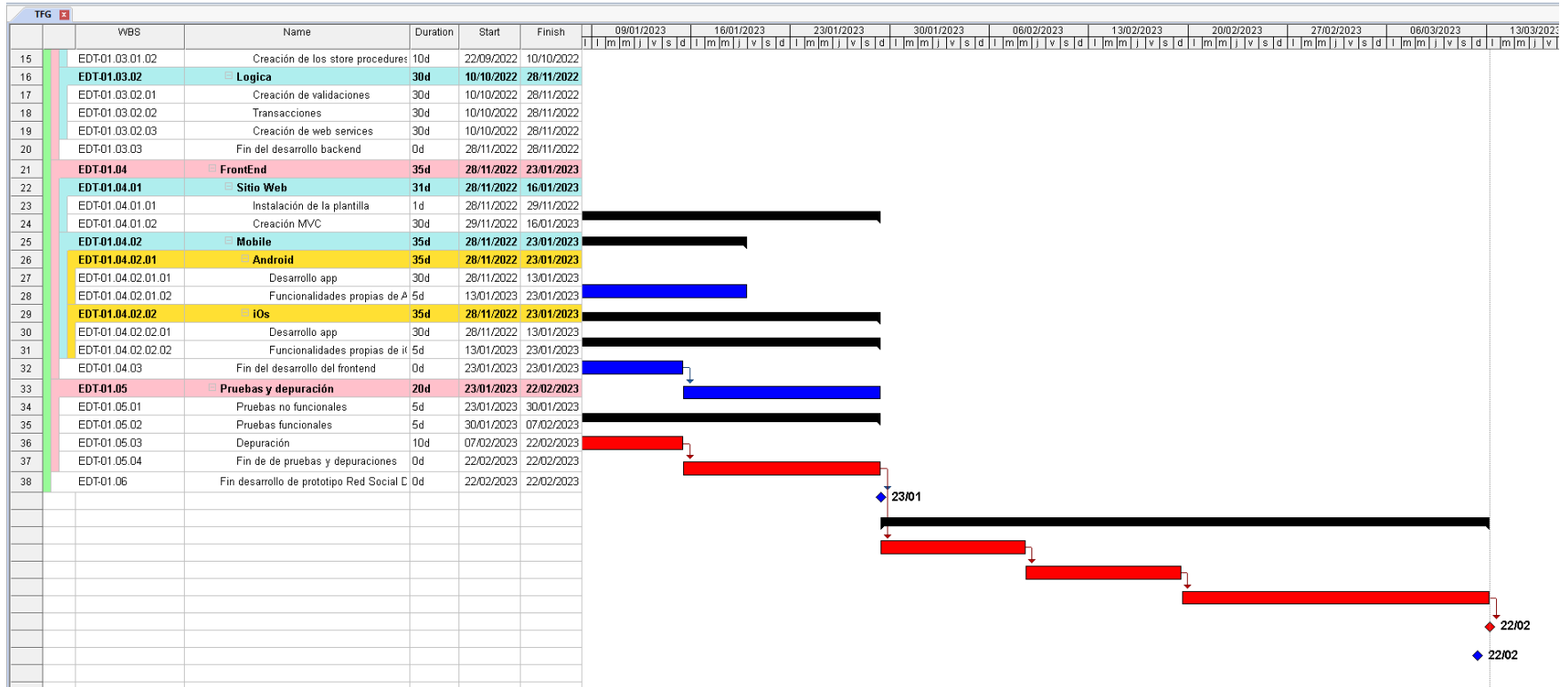
Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 5: Diagrama de Gantt Parte 3



Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 6: Diagrama de Gantt Parte 4



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 7: BIBLIOGRAFÍA

7.1. Bibliografía

Aklilu, Y. (2012). *Cross platform Mobile Applications Development*. Noruega: Norwegian University of Science and Technology.

Alicia Martínez García (2014). *Marketing en la actividad comercial*. (Primera edición). Madrid, España: McGraw-Hill

Andrade Adaime, M. C., & Bravo Preciado, W. (2009). *Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa de administración de empresas de la Universidad de la Amazonía*. La Amazonía.

Árias, A. (2015). *Aprende a programar ASP.NET y C#*. IT Campus Academy.

AUGE (s.f.). *Quiénes somos*. Obtenido de AUGE: <https://www.augeucr.com/es/quienessomos>

Ávila Toscano, J. (2012). *Redes sociales y análisis de redes sociales. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Barranquilla, Colombia: Corporación Universitaria Reformada.

Cabero Almenara, J., Barroso Osuna, J., Llorente Cejudo, M., & Yanes Cabrera, C. (Noviembre de 2016). Redes sociales y tecnologías de la información y la comunicación en educación: aprendizaje colaborativo, diferencias de género, edad y preferencias. *Revista de Educación a Distancia*, 51, 1-23. doi:<http://dx.doi.org/10.6018/red/51/1>

Carao Ventures. (s.f.). *Conózcenos*. Obtenido de <http://www.caraov.com/conozcanos>

Costa, I. d. (2017). Deporte, Sociabilidad e Identidades en Nicaragua (1901-1924). *Rev. Ciencias Sociales*, III(157), 167-184.

Díaz, R. (2017). *Xamarin Forms en acción*. Madrid: RC Libros.

Federación Internacional de Fútbol (FIFA). (2020). *fifa.com*. Recuperado el diciembre de 2020, de <https://es.fifa.com/fifa-world-ranking/>

Group, T. (s.f.). *Thales Group*. Obtenido de Thales Group: <https://www.thalesgroup.com/es/countries/americas/latin-america/dis/movil/inspiracion/5g>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91 (2), 121-128. ISSN: 1021-1209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuarta ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.

Lebendiker Fainstein, M., Herrera González, R., & Velásquez López, G. (2014). *La Situación del Emprendimiento en Costa Rica. Una perspectiva local sobre emprendimientos, retos y crecimientos en Costa Rica*. (Primera edición). San José, Costa Rica: Asociación Incubadora.

Leiva Bonilla, J. C. (2018). *Espíritu emprendedor en la población estudiantil universitaria. Estudio GUESSS. Informe de resultados para Costa Rica 2018*. Cartago: Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 38-47.

Microsoft Corporation. (s.f.). *Microsoft*. Obtenido de Microsoft For Startups: <https://startups.microsoft.com/es-es/>

Ministerio de Salud y Ministerio de Deporte y Recreación. (2011). *Plan Nacional de Actividad Física y Salud 2011-2021*. Ministerio de Salud y Ministerio de Deporte y Recreación. San José.

Navarro Alpizar, G. (Junio de 2017). Emprendurismo y Universidad: Potencial aporte para el desarrollo local. (V. S. Meza, Ed.) *Cuadernos Centroamericanos del ICAP*, 1-31.

Orozco Castro, L. A., & Chavarro Bohórquez, D. A. (2008). Universidad y Emprendimiento. *Hallazgos*.

Petzold, C. (2015). *Xamarin Cross-platform Application Development*. Birmingham: Packt Publishing Ltd.

Porter, M. (1987) *Ventaja Competitiva (Primera edición)*, Rei Argentina, S.A .

Pressman, R. (2010). *Ingeniería del software. Un enfoque práctico* (Séptima ed.). Distrito Federal, México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C.V.

Project Management Institute. (2022). Project Management Institute (PMI), Instituto de Gestión de Proyectos, Inc. Recuperado el 29 de mayo de 2022, de <https://www.pmi.org/>

Rodríguez Bolaños, J. (2017). *Apuntes para el curso de estadística descriptiva, con una breve introducción al diseño de experimentos* (2ª ed.). Atenas, Alajuela.

Salgado Canto, M., & Herrera, V. (2018). Implementación del Emprendimiento en la Universidad Tecnológica de Panamá, y el Perfil del Emprendedor Universitario. *ESTEC Conference Proceedings*.

Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD). (s.f.). Obtenido de Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD): <https://sbdcr.com/transparencia/historia/>

Universidad Fidélitas. (Enero de 2017). *Manual para los Trabajos Finales de Graduación- TFG*. Versión 4.0.

Urbina Gaitán, C. (2006). Fútbol e identidad nacional en Centroamerica. Un análisis comparativo de los casos de Guatemala, El Salvador y Costa Rica. *Rev. Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica*, III y IV(113-114), 177-187.

Valero Valenzuela, A., & Gómez-Mármol, A. (2016). Los deportes individuales. Sus características y taxonomía. *Revista Digital de Educación Física*, 7(42), 38-48. Obtenido de www.emasf.webcindario.com

Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

World Baseball and Softball Confederation. (2020). *WBSC.org*. Recuperado el diciembre de 2020, de <https://rankings.wbsc.org/>