



Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

Escuela de Ciencias Empresariales

Licenciatura en Mercadeo

Seminario de Graduación

Emprendedurismo social aplicado a la
Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas



Luis Fernando González Romero

Profesora: María Vanessa Zamora

III Cuatrimestre, 2014

Dedicatoria

A mi padre y madre, a mi hermano y a las
maravillosas personas que se cruzaron con aquel
que solía ser un simple publicista...

“Todos tus sueños pueden hacerse realidad si
tienes el coraje de perseguirlos”- Walt Disney

Tabla de Contenidos

Resumen ejecutivo	5
Abstract	7
I Capítulo: Importancia del problema	9
Introducción.....	9
Antecedentes	9
Justificación	11
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	12
Problema	12
Pregunta.....	12
Hipótesis	12
Alcances.....	13
Limitaciones	13
II Capítulo: Marco teórico.....	14
Organización.....	14
Historia.....	14
Misión.....	16
Visión	16
Valores	16
Organigrama.....	17
Logros	18
Población.....	19
Contacto, dirección, teléfono.....	19
Canales de comunicación: Facebook, página web, entre otros.....	20
Conceptos claves de Emprendimiento	21
Emprendimiento.....	21
Emprendimiento social.....	21
Responsabilidad social empresarial.....	22
Emprendedor.....	22
Cultura emprendedora.....	22
III Capítulo: Marco metodológico	24
Tipo de investigación.....	24
Enfoque	24
Población	25
Fuentes.....	25
Primarias.....	26

Secundarias	26
Variables	26
IV Capítulo: Análisis de los resultados	32
Objetivo 1.	34
Objetivo 2.	38
Objetivo 3.	39
Objetivo 4.	42
V Capítulo: Plan de negocios	45
Introducción.....	45
Justificación	45
Objetivos	46
Objetivo general	46
Objetivos específicos	46
Tácticas	46
a. “ASVO GLOBAL FRIENDS”	46
b. “Empresas comprometidas”	49
c. “Soy Voluntario”	52
c. “Etiqueta verde nacional”	55
Cuadro financiero total	57
Cronograma	58
VI Capítulo: Conclusiones y recomendaciones.....	59
Conclusiones	59
Recomendaciones:	61
Referencias bibliográficas	63
Anexos.....	65

Resumen ejecutivo

En el presente documento se podrá observar el proceso de investigación, recopilación de resultados y desarrollo de un plan de negocios para la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas, con el objetivo de convertirse en una organización sostenible económicamente, para así no depender de donaciones. La investigación tiene a su vez la tarea de desarrollar cuatro objetivos: determinar la situación financiera de la organización, con el fin de conocer a fondo el escenario donde se encuentra; identificar las principales deficiencias y oportunidades actuales de mercado que posee para que permitan a la organización su mejora, crecimiento y alcances de sus metas; elaborar un plan estratégico de comunicación que facilite a la organización maximizar los recursos disponibles.

Para el desarrollo de la investigación, se empleó metodología del tipo descriptiva y con un enfoque mixto. A su vez, para recopilar datos pertinentes se utilizaron variadas herramientas como entrevistas y cuestionarios. La entrevista fue realizada al encargado administrativo de voluntariados nacionales y empresariales de la de la ASVO y los cuestionarios fueron aplicados a una muestra de 50 personas voluntarias involucradas a los objetivos de ASVO.

Así mismo, por medio de los datos obtenidos, se destacó la disposición y pasión con la que las personas voluntarias pertenecientes a ASVO trabajan pertenecientes a un mismo mercado meta: personas adultas jóvenes con edades entre los 18 y 27 años, residentes de San José, solteros y con conocimiento acerca del emprendimiento social. Sin embargo, también se logró obtener información acerca de la falta de posicionamiento y reconocimiento de la asociación y la falta de recursos para invertir en otros programas.

Mediante el análisis de los datos, se permitió plantear una serie de 4 tácticas para alcanzar la auto sostenibilidad de la ONG. Es así como surge la primera estrategia denominada "ASVO Global Friends", la cual buscará maximizar los recursos y promocionar los programas de voluntariado en el extranjero, para así aumentar en

un 11% la cantidad de voluntarios anuales. La segunda táctica se llamará “Empresas Comprometidas”, que tendrá como énfasis la capacitación de grandes empresas en materia ambiental. La tercera táctica tiene como nombre “Soy Voluntario” y se desarrollará bajo la organización y celebración de carreras y efemérides. Y como cuarta estrategia se desarrollará el proyecto “Etiqueta Verde Nacional” esfuerzo que en conjunto con PYMES, empresas y microempresas se generarán ganancias para ambas partes.

El plan propuesto cuenta con 4 tácticas que buscan, entre otros aspectos, superar y sustituir en su totalidad los ingresos por donaciones y subvenciones, lo que actualmente representa ₡30,709,997,98 colones o un 11,77% de los ingresos totales anuales en un período de un año y que así se logre la auto sostenibilidad.

Palabras claves: voluntario, asociación, emprendedurismo, plan de negocios, donación, subvención, estrategia, táctica, conservación.

Abstract

In this document, it will be observed the investigation process, results compelling and the development of a business plan for the Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas (ASVO), with the objective of transforming it in an economic sustainable organization, in order to not depend on donations. The investigation has as well the task of developing 4 objectives: determine the financial situation of the organization, with the goal of knowing in depth the scenery where it is located; identify the principal deficiencies and actual opportunities of the market that it has in order to permit the improvement of the organization; maximize the available resources.

For the development of the organization it was used descriptive type methodology, with a mixed focus. As well to collect relevant data, several tools were used such as interviews and questionnaires. The interview was held by the in charge administrative of the national and business volunteers of the ASVO and the questionnaires were applied to a sample of 50 volunteer people involved with the objectives of the ASVO.

Likewise, by the obtained data it was highlighted the disposition and passion that the volunteer people that belong to ASVO have for their work, belonging to a same goal market, young adult people with ages between 18 and 27 years, San José residents, single and with social entrepreneurship knowledge. Though, it was also accomplished the information about the lack of positioning and recognition of the association and the lack of resources to invest in other programs.

Through the analysis of the data, it was permitted to propose a series of 4 tactics to accomplish the autosustainability of the ONG. This is how emerges the first strategy denominated "ASVO Global Friends", strategy that will search to maximize the resources and promote the volunteer programs in the foreign countries, in order to rise in an 11% the quantity of annual volunteers. The second tactic will be

called “Empresas Comprometidas”, that it will have for emphasis the training of large companies in environmental matter, the third tactic has as name “Soy Voluntario”, and it will be developed under the organization and celebration of holidays and recreative activities. As a fourth strategy, it will be developed the project “Etiqueta Verde Nacional”, an effort that combined with the PYMES, businesses and microbusinesses will generate profits for both parts.

The proposed plan counts with 4 tactics that searches among other things to overcome and replace in its totality the incomes of donations and subsidies that actually represents ¢30,709,997,98 or a 11.77% of the annual incomes in a period of a year and that in this way accomplishes the auto sustainability.

Key words: volunteer, association, entrepreneurship, business plan, donation, subsidy, strategy, tactic, conservation.

I Capítulo: Importancia del problema

Introducción

Toda fundación, organización o asociación, sin importar su tamaño o el tema en que se desenvuelve, precisa de la elaboración de un plan de negocio adecuado para alcanzar el éxito. Es común que fundaciones y empresas de bien social carezcan de personal capacitado en temas de emprendedurismo social.

Sin lugar a duda, los recursos económicos son esenciales para el funcionamiento de la fundación así como el capital humano y la causa que se quiere trabajar. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que para que una organización tenga éxito, la misma tiene que encontrar el equilibrio de la fundación, el que no haya ni pérdidas ni se dependa de recursos inestables.

La Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas funciona como un puente entre la sociedad civil y las áreas naturales, con el objetivo de que cada vez más personas actúen y se involucren en forma responsable y voluntaria en la conservación del patrimonio natural y cultural. No obstante, a raíz de problemas en parte de la disminución de las donaciones extranjeras, la fundación ha decidido buscar ayuda.

Es por esto que se le brindó a la ASVO el plan de negocios más adecuado con la finalidad de que los materiales brindados resuelvan problemas de auto sostenibilidad financiera, generando ideas innovadoras y emprendedoras.

Antecedentes

Para efectos de investigación, se da la tarea de investigar los antecedentes de la asociación. Entre los diferentes antecedentes se puede encontrar los siguientes:

En el periódico La Nación en junio de 2013 se publica un reportaje de título “Parques nacionales buscan voluntarios en estas vacaciones”. En el cual su principal objetivo

era la de realizar un llamado a la población a unirse a la campaña de voluntariados ocasionales. “Aprovechando las vacaciones de medio año, la Asociación de Voluntarios para el Servicio en Áreas Protegidas (ASVO) busca voluntarios para trabajar por 15 días en los parques nacionales del país” (Soto, 2013).

Respecto del proyecto de conservación de tortugas de ASVO, el diario La Nación publica el día 8 de setiembre de 2013 una noticia titulada “Voluntarios liberaron 59 tortugas que nacieron en playa Montezuma”. En este reportaje se deja en evidencia las labores efectuadas por la asociación en el país y en la zona de Montezuma. En el reportaje destacan cuál es la participación de ASVO en el proyecto. “Esta liberación de neonatos forma parte del proyecto de conservación de tortugas marinas que ejecuta la Asociación de Voluntarios para el Servicio en Áreas Protegidas (ASVO) desde hace dos años”. (Soto, 2013)

Ahora bien, ASVO no sólo trabaja en la división de preservación de tortugas, sino que también trabaja con brigadas contra el fuego, tema que fue entrevistado por el diario la nación en agosto de 2013. El título destaca la valiosa labor de los asociados y colaboradores de ASVO y cómo estos impactan vidas. Para ello la periodista Michelle Soto entrevista al señor Róger Trejos, miembro de ASVO: “...El por qué se expone al fuego es que este hombre se mueve a punta de voluntad” (Soto, 2013).

En conmemoración del Día de los Parques Nacionales, el programa Buen Día y Teletica realizaron un reportaje titulado: “Conozca el corazón de un voluntario”. El periodista de la revista matutina exalta la labor del voluntariado de ASVO a lo que dijo: “El corazón de un voluntario es diferente, sus motivos son variados, en estos días que corren y en un país como el nuestro, esperamos que no sean una especie en peligro de extinción” (Campos, 2014).

Justificación

Durante 25 años, la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas para la (ASVO) ha trabajado en beneficio ambiental de Costa Rica, con obstáculos y retos trabajando por un bien social. Sin embargo, a pesar de tan importante función, pocos son los costarricenses que aportan su tiempo y dinero a la organización en beneficio del ambiente.

A pesar de esto, la ASVO ha logrado subsistir con limitados recursos económicos pero limitados en su capacidad de trabajo. Actualmente la asociación se financia con las donaciones en su mayoría por voluntariados internacionales, una situación crítica dado que la captación de estos ha venido en descenso.

El tema por tratar en esta investigación será enfocada en el emprendimiento que fundaciones como ASVO podrán aplicar para un mejor utilización de recursos si la necesidad de solicitar donación es para su funcionamiento. Además, se tratarán temas por los que la organización debe velar para que el plan de negocios pueda ser aplicado con éxito.

Debido a esto, la investigación se enfocará en lograr que la ASVO trabaje de forma auto sostenible y no dependa de las donaciones o, mejor aún, no se vea afectada si se disminuyen drásticamente los mismos.

Objetivos

Objetivo general

Formular un plan de negocios que le permita a la organización Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas convertirse en una organización sostenible económicamente, para así no depender de donaciones a partir del III cuatrimestre del 2014.

Objetivos específicos

- I. Determinar la situación financiera de la organización para conocer a fondo el escenario donde se encuentra.
- II. Identificar las principales deficiencias y oportunidades actuales de mercado que posee la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas para permitir a la organización su mejora, crecimiento y alcances de sus proyectos en la sociedad costarricense; desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento en el mercado.
- III. Elaborar un plan estratégico de comunicación que facilite a la organización maximizar los recursos disponibles a partir del III cuatrimestre del 2014.
- IV. Establecer un plan de actividades que le faciliten a la ASVO generar recursos para que sus proyectos puedan desarrollarse sin necesidad de donaciones externas.

Problema

ASVO es una asociación sin fines de lucro que depende de un 11,77% de donaciones y subvenciones, además de que sus recursos han disminuido considerablemente en años recientes. Situación por la que al buscar financiamiento en otras fuentes de recursos no les permite ser autosuficientes (ASVO, 2013).

Pregunta

Con la problemática ya establecida, surge la interrogante:

¿Cómo lograr que ASVO sea auto sostenible y que no dependa de las donaciones para poder ejecutar sus objetivos para el III cuatrimestre del 2014?

Hipótesis

Con la implementación del plan de negocios planteado, la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas logrará ser auto sostenible.

Alcances

Estos son algunos de los alcances que se obtienen a raíz de la investigación de este trabajo:

- Documento de estados financieros que permita, por medio de desglose de ingresos y gastos, conocer la situación económica actual con respecto a sus competidores y al presupuesto de los proyectos.
- Listado de las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas propias de la asociación, con el fin de desarrollar estrategias que faciliten un desarrollo óptimo en el mercado.
- Un plan estratégico de comunicación de bajo costo que le permita adaptarse la organización para maximizar los recursos disponibles y recaudar más fondos.
- Una calendarización y un plan de actividades que faculte a la ASVO para llevar un control y datos estimados de la inversión y retorno de inversión, con capacidad para generar recursos.
- Herramientas necesarias y de fácil manejo para futuras actividades para que se les facilite las labores para alcanzar sus objetivos.
- Un plan de negocios que se pueda ejecutar de manera sencilla para que la organización expanda sus alcances a más zonas del territorio costarricense.

Limitaciones

Como parte de las limitaciones encontradas a lo largo de la investigación se puede encontrar:

Un limitado acceso a la información de la ASVO producto de que constantemente se llevan a cabo giras de voluntariados, lo cual compromete a funcionarios y retrasa la entrega de información al estudiante.

La falta de una información de actividades y estrategias de comunicación que se han realizado por la asociación o hayan participado.

II Capítulo: Marco teórico

Organización

La Asociación de Voluntarios para el Servicio en las Áreas Protegidas es una organización no gubernamental sin fines de lucro que actúa como un puente entre la sociedad civil y las áreas naturales de Costa Rica. La organización trabaja en forma sinérgica con voluntarios nacionales y extranjeros, comunidades locales, escuelas, colegios, universidades nacionales e internacionales, organismos gubernamentales, empresas privadas y otras organizaciones ambientalistas para conservar el medio ambiente (ASVO, 2014).

A continuación, se detallan aspectos institucionales de la Asociación de Voluntarios para el Servicio en las Áreas Protegidas como lo son la historia, valores, entre otros.

Historia

En su documento Acerca de Nosotros (ASVO, 2012), la Asociación de Voluntarios para el Servicio en las Áreas Protegidas comenta que fue establecida hace más de 25 años. Esto se dio gracias a la iniciativa de un grupo de costarricenses dados a la tarea de encontrar la manera de que la sociedad civil participara de los procesos de conservación tras el deseo de colaborar Zoológico Nacional Simón Bolívar y en algunas áreas protegidas.

En el año 1989 se funda como La Asociación de Voluntarios para el Servicio en

las Áreas Protegidas donde el mismo año se firma un convenio con el MINAET, para dar sus primeros aportes voluntarios al país. En los inicios de la década de los años noventa, la asociación era conformada con 20 voluntarios que trabajaban en diferentes áreas silvestres protegidas.

Para el año 2011, ASVO logra una la autogestión y se empieza a desarrollar el propio Programa de Conservación de Recursos Marinos Costeros, el cual incluía tres proyectos de tortugas (ASVO, 2012).

En el año 2005, durante la administración del Dr. Abel Pacheco de la Espriella, el Gobierno Nacional declaró de interés público a ASVO a través de la firma del Decreto ejecutivo N° DAJ-049-2005-MINAE.

Durante los años del 2008 y el 2009, se equipan y se establece mayor presupuesto para las Unidades Permanentes de Voluntariado, se amplían las áreas de trabajo de los voluntarios. Además, proyectos como el Proyecto de Conservación Playa Montezuma-Romelia de conservación de tortugas empezaron a operar.

Durante el año 2009, en el documento Acerca de Nosotros (ASVO, 2012) se menciona que se recibe de la Fundación Oxford Society la donación de una propiedad de dos hectáreas de terreno boscoso en Tortuguero y se crea la Estación de Educación e Investigación Ambiental Robles-Kaufamn en Tortuguero.

En el año 2010 ASVO, que había crecido en más de 1000 voluntarios, logra uno de sus grandes proyectos: “Se establece la Estación Ambiental Quelonios del Caribe en la Barra de Pacuare para apoyar la protección de las tortugas anidantes, realizar educación ambiental y apoyo a la comunidad” (ASVO, 2012).

En los últimos 4 años, la Asociación ha trabajado con la donación internacional, como la donación de \$26 000 en el año 2011 utilizados para la construcción de la Estación Robles-Kaufman en Tortuguero, donde ASVO aporta \$4000 dólares de sus fondos.

En el año 2012, en la administración de la señora Laura Chinchilla Miranda, “el Gobierno Nacional declaró de UTILIDAD PÚBLICA a nuestra institución a través de la firma del Decreto Ejecutivo N° 37102-JP, publicado en el Diario Oficial La Gaceta #62 del 10 de mayo del 2012” (ASVO, 2012).

Misión

Gestionar el apoyo del voluntariado nacional e internacional para contribuir a la conservación activa y desarrollo de iniciativas de preservación de recursos naturales a partir del involucramiento efectivo de la sociedad civil (ASVO, 2012).

Visión

Lograr el crecimiento de manera autónoma y autosuficiente siendo reconocida por su labor; capaz de subvencionar sus propios proyectos y participar en iniciativas de conservación a través del desarrollo integral de sus colaboradores y alianzas estratégicas.

Valores

Los valores de ASVO, así descritos en su documento Acerca de Nosotros (ASVO, 2012) son los siguientes:

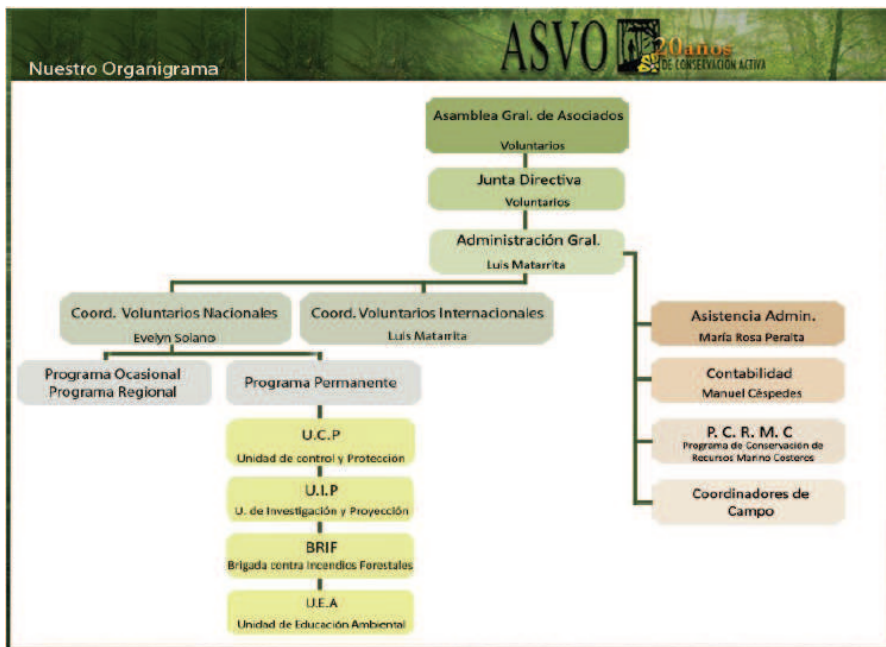
- “Eficiencia: Capacidad de juicio ponderado y discernimiento acertado y prudente, con base en principios y valores básicos como: honestidad, integridad, orden, austeridad, prudencia y transparencia.
- Servicio: Actitud de disponibilidad y ayuda generosa para quien está empeñado con nosotros en la misma tarea o requiere de nuestro trabajo o

de nuestra espontánea colaboración o como consecuencia de un compromiso.

- Calidad: Buscar la perfección posible en las cosas, en el servicio y en el trabajo con base en la idea clara que es posible lograrlo, eliminando al máximo los defectos e imperfecciones.
- Pro actividad: Afrontar el futuro desde una visión positiva y activa apoyándose en la fuerza interior personal, no dejándose dominar por las circunstancias externas ni por las reacciones de los demás anticipándose a los cambios.
- Compromiso: Actitud de llevar a cabo lo prometido, lo pactado, o la obligación propia de un desempeño profesional, viviéndola en forma profunda, de acuerdo con principios y valores como: constancia, disciplina, excelencia, credibilidad y solidaridad” (ASVO, 2012).

Organigrama

Figura 01.



Fuente: ASVO, 2012

Logros

A través de los 25 años, ASVO ha cosechado grandes logros y reconocimientos en los que se pueden encontrar:

- Apoyado y asistido por más de 2300 voluntarios.
- Más de 1000 voluntarios costarricenses están trabajando en áreas protegidas junto a las autoridades nacionales.
- Cada año 8000 voluntarios internacionales se suman a los programas de conservación.
- Se crean cuatro unidades de apoyo especializado al servicio de áreas protegidas y proyectos de conservación: Unidad de Investigación y Proyección (UIP); Unidad de Control y Protección (UCP); Unidad de Educación Ambiental (UEA). y la Brigada Voluntaria contra Incendios Forestales (BRIF).
- El aporte que ASVO da 6.000 horas de trabajo calificado por año en las áreas silvestres protegidas., un ahorro para el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) de \$72.578 de planillas.
- Se obtiene 2 veces el Premio Joven al Voluntariado otorgado por el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, el Movimiento Nacional de Juventudes y el Banco Nacional.
- Declaración de interés público a la institución.
- La Brigada de Incendios Forestales obtuvo en el 2008 el primer lugar en el Primer Ejercicio Nacional de Movilización de Brigadas y el Segundo Encuentro Nacional de Bomberos Forestales.
- Realización de convenios con universidades internacionales como: la Universidad de Columbia Británica (Canadá), Universidad de Chapingo (México), Universidad de Temple del estado de La Florida, (E.E.U.U.) para que estudiantes extranjeros aprenden, investigan y nutren con sus

conocimientos de los proyectos.

- Luego de grandes esfuerzos se empezó en 2009 a trabajar en el tercer Proyecto de Conservación de Tortugas Marinas: Proyecto Playa Montezuma.
- Única ONG del Valle Central presente en la Comisión para la Protección y el Rescate del Jabirú mycteria.
- La Brigada de Incendios Forestales obtuvo en el 2012 el primer lugar en el Quinto Ejercicio Nacional de Movilización de Brigadas Forestales.

Población

La población de esta organización son todas aquellas personas nacionales y extranjeros con interés en el medio ambiente. Los voluntarios no tienen distinción de edad ni sexo. Como el señor Msc. Greivin Fallas Bonilla lo afirma en la entrevista realizada, los voluntarios comprenden estudiantes universitarios de primer año hasta adultos mayores pensionados.

Contacto, dirección, teléfono

ASVO está ubicado en la provincia de San José, Paseo Colón, 250 metros al norte de la Toyota, casa de verjas verdes a mano izquierda N^a 365. Contiguo al Centro Médico San José.

Teléfonos: 2258-44-30 / 2223-42-60

Fax: 2223-4518

Correo electrónico: info@asvocr.org

Sitio web: www.asvocr.org

Apdo. postal: 11384-1000

Canales de comunicación: Facebook, página web, entre otros.

Página web: www.asvo.org

Figura 02. Página web oficial de la ASVO



Fuente: www.asvocr.org

Figura 03. Página de facebook oficial de la ASVO



Fuente: www.facebook.com/asvocostarica

Conceptos claves de Emprendimiento

Emprendimiento

De acuerdo con Jaramillo (2008), el emprendimiento “se refiere a la aptitud y actitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos, que va más allá, que le permite dar un paso más”. El emprendimiento es más que una aptitud o actitud que continuamente motiva a luchar por alcanzar los sueños, sino un recordatorio que día con día se puede lograr mucho más que el día anterior.

Jaramillo (2008) también hace mención en su artículo “Emprendimiento: Concepto Básico en Competencias” las características de una persona emprendedora. Según ella, el emprendedor es aquella persona capaz de aprovechar la insatisfacción, momentos de rutina para la creación de satisfacciones y nuevos logros.

Emprendimiento social

Caferri (s.f), en su artículo digital “Emprendimiento social, Negocios al servicio de un fin”, explica que el emprendimiento social engloba tanto las actividades innovadoras y emprendedoras de personas y entidades, y no sólo busca utilidades financieras, sino que también utilidades sociales. Además, añade que el emprendimiento incluye desde los principios de la aplicación para lograr negocios sostenibles como el beneficio social.

Es así como bajo el concepto de emprendimiento social, empresas, fundaciones, organizaciones sin fines de lucro y demás entidades buscan la mejora social y una sostenibilidad integral.

De igual forma, ASVO y las personas encargadas de las fundaciones deberían capacitar personas que desarrollen propuestas y motiven a seguir emprendiendo un mejor futuro no sólo para su fundación, sino como el entorno.

Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial es para las empresas una nueva cultura de hacer negocios, basado en la toma de las responsabilidades que conllevan las acciones que se realizan a diario por la empresa.

Ahora bien, Canadian Business for Social Responsibility citado por Prado, Flores, Pratt y Ogliastre (2004), define responsabilidad social empresarial como: “el compromiso de una compañía de operar de manera económica y ambientalmente sostenible mientras reconoce los intereses de sus públicos de interés. Los públicos de interés incluyen inversionistas, clientes, empleados, socios de negocios, comunidades locales, el ambiente y la sociedad en general”.

Es importante rescatar que la responsabilidad social empresarial no solo busca operar de manera sostenible, también busca que las corporaciones y empresas formen una parte importante de la solución de problemas que afectan al entorno.

Emprendedor

El concepto de emprendedor es muy amplio, sin embargo, para Serrano (2014) “Un emprendedor es la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y con empeño, algún proyecto considerable, arduo y de envergadura que requiera esfuerzo y dedicación”.

El emprendedor siempre se va a destacar por su constante lucha por cumplir con sus objetivos. Estos buscarán la manera de lograrlo mediante el uso de otras herramientas, así como la innovación para alcanzarlos. Peter Drucker dijo alguna vez que: “Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una de las herramientas del emprendedor.”

Cultura emprendedora

A lo largo de la historia, el concepto de cultura emprendedora ha ido evolucionando y cambiando a su medida. Por otra parte Aguirre (2010) define la cultura emprendedora, en su artículo digital La Cultura del Emprendimiento, como:

“Una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad”.

III Capítulo: Marco metodológico

Tipo de investigación

Para efectos de este trabajo investigativo, se trabajará el tipo de investigación descriptiva, pues según la investigación, se cuenta con bases para poder establecer una medición de objetivos así como en la identificaciones propias del sector propio de la población investigada.

Bernal (2010, p.113) cita a Cerda, quien comenta que la investigación descriptiva “tradicionalmente se define la palabra describir como el acto de representar, reproducir o figurar a personas, animales o cosas...”; y añade que en la este tipo de investigación: “Se deben describir aquellos aspectos más característicos, distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”.

Además, se utilizará la investigación exploratoria con el fin de realizar una investigación exhaustiva de soluciones para las cuales no hay estudios ni bases previas.

Este tipo de investigación tiene como objetivo (Hernández, Fernández y Batista, 2010) “examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tiene muchas dudas o no se han abordado antes”.

Enfoque

El enfoque del estudio es meramente mixto, pues a lo largo del desarrollo del mismo se expondrán resultados de cualidades y cantidades relacionadas con las herramientas de investigación. Este enfoque, según Hernández et al. (2010, p.546) “es la integración sistemática de los métodos cuantitativos y cualitativos”.

Por lo anterior, la utilización del mismo en el estudio brindará resultados exactos acerca de la fundación y sus colaboradores. En adición se podrá presentar a cabalidad planteamientos al problema que se desarrolla en la ASVO.

Población

Hernández et al. (2010, p.174) cita a Selltiz et al. (1980), quien define población como “un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Por lo que en la presente investigación, se contempla como población a aquellas personas costarricenses activamente involucradas a la institución, así como voluntarios y administrativos de la asociación.

A su vez, también Hernández et al. (2010) define el término muestra como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

Respecto del tipo de muestra no probabilística, definida por Hernández et al. (2010) como la elección de un subgrupo de la población sin la dependencia de la probabilidad sino de las características de la investigación, se toma una muestra de 50 personas que trabajan activamente con la fundación. Es decir, voluntarios hombres y mujeres entre las edades de 18 a los 60 años de edad. Pertenecientes a todo el territorio nacional.

Fuentes

Las fuentes de información son los recursos que se utilizaron en el desarrollo de la investigación con el fin de complementar, informar y tomar de referencia para el desarrollo de mejores resultados. Por otra parte, Silvestrini y Vargas (2008) se refieren a las fuentes de información como “los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia”.

Estas se dividen en dos tipos: las primarias y secundarias.

Primarias

Se consideran como fuentes primarias aquella información que se obtiene de fuentes directas a la investigación. Tal y como Bernal define a estas fuentes como las fuentes donde “se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información” (Bernal, 2010, p.191).

Para efectos de la investigación, se toma como fuentes primarias la entrevista obtenida con el coordinador de Voluntariados Nacionales el Msc. Greivin Fallas Bonilla. Además, de la aplicación 50 cuestionarios aplicados a 50 personas voluntarios de ASVO de edades entre los 18 a los 30 años.

Secundarias

Durante la elaboración de la investigación, se toman fuentes de información secundarias, así definidas por Guzmán (1982) como aquellas fuentes que “permiten conocer hechos o fenómenos a partir de documentos o datos recopilados por otros”.

Como parte de la información brindada por fuentes secundarias para la investigación, se toma en cuenta fuentes como:

- Libros.
- Fuentes de Internet.
- Referencias de tesis y estudios anteriores.

Variables

Las variables son elementos importantes dentro de la investigación, pues mediante las variables se darán a conocer los resultados de la investigación. Hernández et al. (2010) define una variable como “una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p.93)

Cuadro de variables o cuadro de operacionalización de las variables

Objetivos específicos	Variable	Indicador	Conceptualización	Instrumentalización	Operacionalización
Determinar la situación financiera de la organización para conocer a fondo el escenario donde se encuentra	Estado financiero	Lista de ingresos y gastos de la asociación.	Según Arturo Kume (2013), los estados financieros son “documentos o informes que permiten conocer la situación financiera de una empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados que ha obtenido, la rentabilidad que ha generado, las entradas y salidas de efectivo que ha tenido, entre otros aspectos financieros de ésta.”	Entrevista personal y cuestionario	1. Pregunta No. 3 del cuestionario

<p>Elaborar un plan estratégico de comunicación que permita a la organización maximizar los recursos disponibles a partir del III cuatrimestre del 2014</p>	<p>Estrategia de comunicación</p>	<p>Listado de posibles estrategias por utilizar.</p>	<p>Según Mefalopulos y Kamlonger (2008), la estrategia de comunicación es “una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación.”</p>	<p>Entrevista personal</p>	
---	-----------------------------------	--	---	----------------------------	--

<p>Identificar las principales deficiencias y oportunidades actuales de mercado que posee la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas, para que permitan a la organización su mejora, crecimiento y alcances de sus proyectos en la sociedad costarricense. Así mismo desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento en el mercado</p>	<p>Análisis FODA</p>	<p>Listado de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.</p>	<p>Según Orlich, J (s.f) el análisis FODA es “un diagnóstico bastante preciso de la situación actual del entorno interno y externo de la organización. Es de gran ayuda para los gerentes a la hora de tomar decisiones estratégicas y tácticas.”</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>1. Pregunta No. 4 del cuestionario 2. Pregunta No. 5 del cuestionario 3. Pregunta No. 6 del cuestionario 4. Pregunta No. 7 del cuestionario</p>
<p>Establecer un plan de actividades que le faciliten a la ASVO generar recursos para que sus proyectos puedan</p>	<p>Plan de actividades</p>	<p>Listado de posibles actividades por realizar.</p>	<p>Según Genova, A (2014) “Un evento es ante todo una herramienta de gestión táctica del</p>	<p>Cuestionario.</p>	<p>1. Pregunta No. 8 del cuestionario 2. Pregunta No. 9 del cuestionario 3. Pregunta No. 10 del cuestionario</p>

<p>desarrollarse sin necesidad de donaciones externas.</p>			<p>área marketing y de relaciones públicas de una empresa o institución. Es decir, importa beneficios tanto sea para la prosecución de los objetivos comerciales, como para los comunicacionales e institucionales.</p> <p>Asimismo, por la naturaleza de los temas con lo que trabaja -imagen, vinculación con los públicos, negocios- , posee claras connotaciones estratégicas, de</p>		
--	--	--	---	--	--

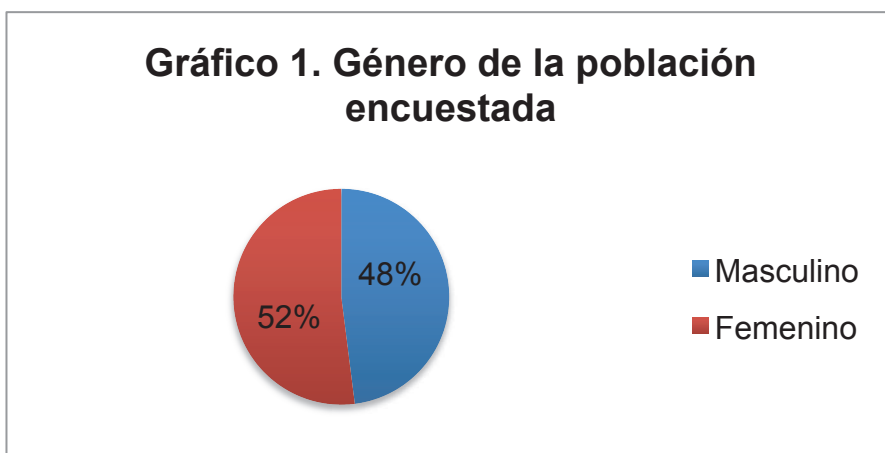
			forma tal que un evento reporta una serie acciones que impactan en las metas organizacionales de corto, mediano plazo y largo plazo”		
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia, 2014

IV Capítulo: Análisis de los resultados

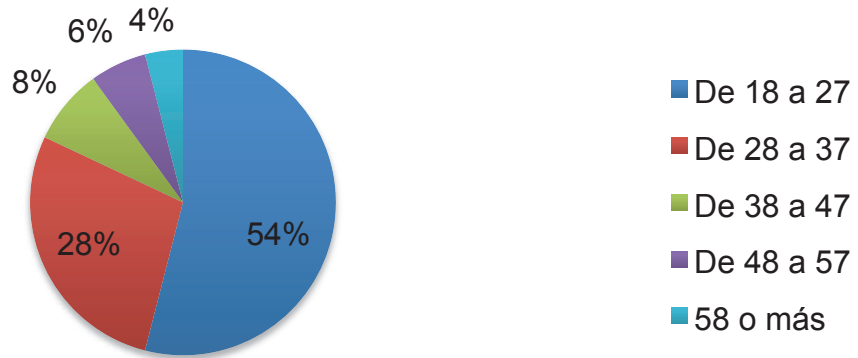
Para efectos de la investigación, se decide elegir a una población encuestada compuesta por parte de los voluntarios de la ASVO, personas con edades entre los 18 y 58 años más de edad. Es importante tomar en cuenta que la población encuestada demostró que el 100% conoce que hace la asociación.

Dicha población se divide en un 48% masculina y un 52% femenina. Sus edades se representan de la siguiente manera: de 18 a 27 años representan un 54%, de 28 a 37 un 28%, de 38 a 47 años un 8%, de 48 a 57 años un 6% y de 58 años o más un 4%. Su residencia está segmentada un 46% en San José, un 10% en Heredia, un 12% en Cartago, un 26% en Alajuela, un 2% en Guanacaste y un 4% en la provincia de Limón.



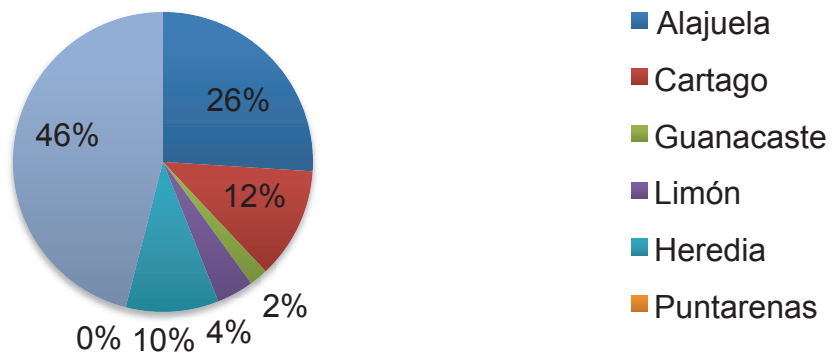
Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico 2. Edad de la población encuestada



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico 3. Residencia de la población encuestada



Fuente: Elaboración propia, 2014.

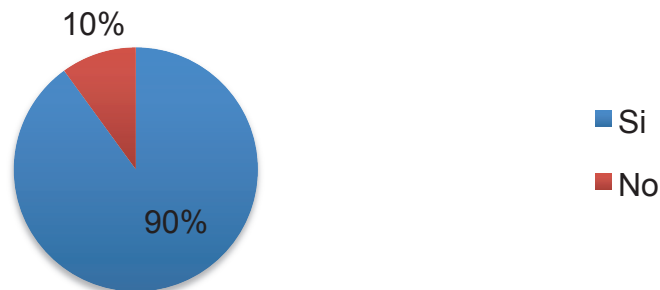
Por otro lado, el estado civil de la muestra tomada para la investigación se establece en un 76% como personas solteras, un 18% como casados y un 3% en unión libre. Las personas encuestadas a su vez afirmaron en un 90% tener conocimientos en el emprendimiento social, mientras que sólo un 10% desconoce el término.

Gráfico 4. Estado civil de la población encuestada



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Gráfico 5. Conocimiento con respecto del emprendedurismo social



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Objetivo 1.

Determinar la situación financiera de la organización para conocer a fondo el escenario donde se encuentra.

Mediante 2499 voluntarios tanto nacionales e internacionales, la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas destinó sólo en el 2013 $\text{¢}153997,732$ colones a sus programas de conservación ambiental. Este dinero mayoritariamente se logró recaudar gracias a los aportes de los programas de voluntariados y pasantías internacionales y el recientemente constituido el

voluntariado empresarial. Sin embargo, estos ingresos no son fijos y podría generar un desequilibrio en las finanzas de esta asociación.

Según se observa en la tabla 1, la asociación percibe el ingreso de unos ¢162 889 787 colones por concepto de servicios de programa voluntariado internacional, lo cual representa el 62,41% del total de los ingresos de la asociación. Ahora, si bien es cierto, la institución no se financia en su totalidad de donaciones de terceros, estas representan el 11,77% de los ingresos.

Además, se tiene en consideración que los voluntariados internacionales decrecen año con año debido entre otros factores a la poca promoción en medios internacionales y aspectos fuera del alcance de la institución como crisis financieras o restricciones migratorias.

Tabla 1. ASVO Reporte de ingresos. Período fiscal 2013.

TIPOS DE INGRESOS	CANTIDAD EN COLONES	PORCENTAJE
SERVICIOS PROGRAMA VOLUNTARIADO INTERNACIONAL	162,889,787,83	62.41%
Participación Modalidad Ocasional	118,242,924,22	45.31%
Participación Modalidad Académica	23,424,324,86	8.98%
Ingresos Sujetos a Voluntariado Internacional	21,222,538,75	8.13%
SERVICIOS PROGRAMA VOLUNTARIADO NACIONAL	62,357,634,99	23.89%
Participación Modalidad Ocasional	3,237,454,17	1.24%
Participación Modalidad Académica	3,500,000,00	1.34%
Participación Modalidad Empresarial	22,330,080,82	8.56%
Ingresos Sujetos a Voluntariado Nacional	33,290,100,00	12.76%
SUBVENCIONES Y DONACIONES IMPUTABLES AL PERÍODO	30,709,997,98	11.77%
INGRESOS NO VINCULADOS A LA ACTIVIDAD PROPIA	1,146,131,83	0.44%
INGRESOS FINANCIEROS 3,882,055.26 1.49%	3,882,055,26	1.49%
TOTAL INGRESOS	260,985,607.89	100.00%

Fuente: ASVO, Reporte Financiero Período Fiscal 2013.

Según los datos recopilados por la tabla 2 del reporte de gastos, se evidencia que la fundación cierra su período fiscal sin excedentes. Asimismo, se indica que el programa con mayor inversión, sin lugar a dudas, es la de protección de tortugas marinas, donde se invierten más de 98 millones de colones o lo que representa el 37,60% del total de ingresos de la asociación.

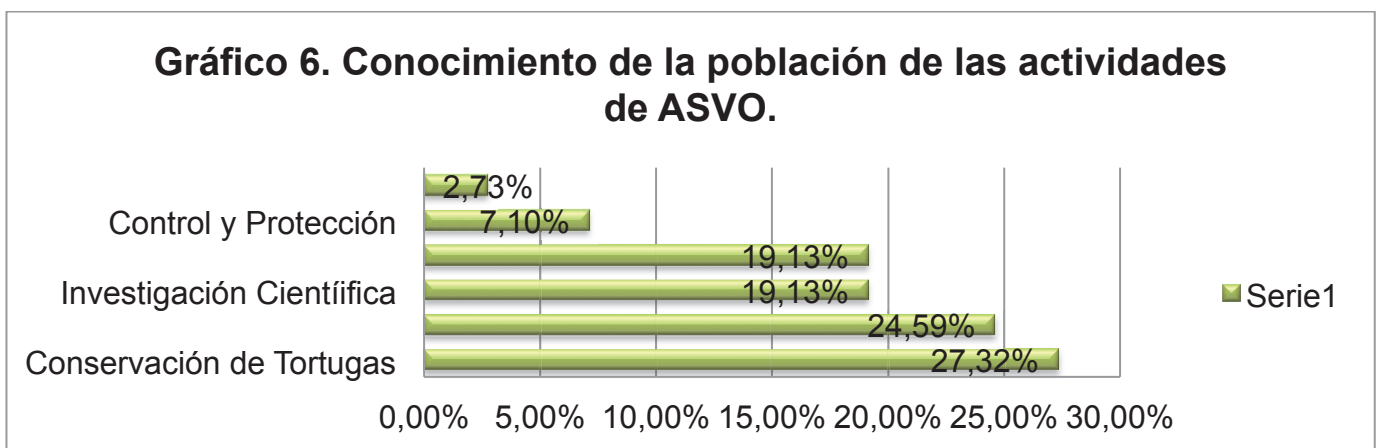
Tabla 2. ASVO Reporte de gastos y pérdidas. Período fiscal 2013.

TIPOS DE GASTOS Y PÉRDIDAS	CANTIDAD EN COLONES	PORCENTAJE
APLICACIÓN EN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO INTERNACIONAL	136,128,319.44	52.16%
Proyectos de Conservación de Tortugas Marinas	98,143,029.59	37.60%
Estaciones Ambientales Educativas	27,894,846.30	10.69%
Áreas Silvestres Protegidas - SINAC	2,096,595.00	0.80%
Proyectos de Desarrollo Comunal	3,753,499.50	1.44%
Costos Sujetos a Voluntariado Internacional	4,240,349.05	1.62%
APLICACIÓN EN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO NACIONAL	17,849,412.54	6.84%
Programas Académicos - TCU & SCE	357,480.00	0.14%
Programa Empresarial - Responsabilidad Social	3,345,689.50	1.28%
Costos Sujetos a Voluntariado Nacional	14,146,243.04	5.42%
APLICACIÓN EN SERVICIOS E INICIATIVAS INSTITUCIONALES	52,385,595.83	20.07%
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	38,368,104.35	14.70%
GASTOS NO VINCULADOS A LA ACTIVIDAD PROPIA	12,298,257.28	4.71%
GASTOS FINANCIEROS	3,847,644.15	1.47%
CAMBIO NETO EN PATRIMONIO	108,274.29	0.04%
TOTAL GASTOS Y PÉRDIDAS	260,877,333.59	99.96%

Fuente: ASVO, Reporte Financiero Período Fiscal 2013

Para verificar que tan bien conocidos son los esfuerzos realizados por ASVO para comunicar e invertir en los proyectos que ejecutan se le preguntó a la población que cuales actividades conocía de ASVO con el fin de conocer que tanto se

invierte en los diferentes proyectos de la fundación. Los resultados recuperados mostraron que la población afirma conocer la conservación de las tortugas en un 27,32%, los importantes esfuerzos en la brigada de incendios forestales en un 4,59%. Además la población destacaron por igual las actividades de educación ambiental, y la investigación científica en un 19,13%. Actividades como las labores de control y protección, limpieza de playas y patrullajes, así como proyectos de voluntariado empresarial.



Fuente: Elaboración propia, segundo semestre de 2014.

Durante la entrevista con el señor Greivin Fallas, director del voluntariado empresarial de ASVO, se indicó que los ingresos por parte de voluntariado internacional viene en decline desde hace unos años, puesto que crisis financieras en los países de origen de los voluntarios hace más difícil la labor.

Objetivo 2.

Elaborar un plan estratégico de comunicación que permita a la organización maximizar los recursos disponibles a partir del III cuatrimestre del 2014.

Durante la conversación mantenida el lunes 3 de noviembre de 2014, en la sede de ASVO en Paseo Colón con el señor Greivin Fallas, se logró determinar algunos

de los canales de comunicación utilizados por la empresa para hacerle llegar la información a sus “stakeholders”.

Además se logró determinar que los medios digitales como Facebook y su página son buenos canales de comunicación para los voluntariados y públicos internos de la asociación. Sin embargo, la inexperiencia y la falta de tiempo hacen que estos medios dependan de personal de trabajos comunales universitarios que no siempre son constantes.

Asimismo, se concuerda que estos medios de comunicación además de ser medios de poca inversión van directo hacia un público joven, algo que ASVO quiere atraer.

Fallas añadió que en anteriores ocasiones trataron de utilizar herramientas internacionales de crowdfunding, sin embargo se fracasó y tuvieron que hacer esfuerzos externos en ventas y torneos para poder recoger dinero necesario.

De igual forma, durante la entrevista se comentó del deseo que los medios se interesen por la ASVO y puedan colaborar con la difusión de proyectos propios e información generada en la institución.

Objetivo 3.

Identificar las principales deficiencias y oportunidades actuales de mercado que posee la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas para que permitan a la organización su mejora, crecimiento y alcances de sus proyectos en la sociedad costarricense desarrollar estrategias que ayuden al crecimiento en el mercado.

Como modo de investigación acerca de las oportunidades que pueda tomar ASVO y los aspectos a mejorar para formar una institución más sólida, se recopilan,

mediante preguntas “abiertas”, respuestas variadas para realizar una matriz FODA. Todo esto con el fin de simplificar y enfocar los esfuerzos realizados por la institución.

La población encuestada respondió de manera individual para ellos cual es la mayor fortaleza de ASVO, a lo que ellos respondieron de diferentes formas, sin embargo las fortalezas más comunes son explicadas por la figura 04.

Figura 04.

Fortalezas	Los voluntarios.
	Pasión por lo que hacen.
	Compromiso.
	La preparación de sus voluntarios.
	Disponibilidad de su personal.
	El trabajo en equipo.
	La trayectoria de ASVO.
	Apoyo de la gente.
	Conciencia ecológica.

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Asimismo, cuando se les preguntó acerca de las oportunidades que la institución tiene para mejorar, los encuestados difirieron de opiniones. Sin embargo, algunas de las opciones más mencionadas entre las respuestas, se encuentra la de mayor promoción y publicidad. En la figura número 05 se encuentran las opciones comunes entre los resultados.

Figura 05.

Oportunidades	Publicidad
	Regionalización
	Expasión de Personal
	Alianzas con universidades
	Apoyo de la comunidad.
	Tendencias de mercadeo verde
	Tratados con otros parques

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Cuando se les consultó acerca de las debilidades de la empresa, el encuestados coincidieron en aspectos como lo son la falta de recursos económicos, falta de colaboradores y un fallo en la comunicación con los medios de comunicación así como la comunicación asertiva interna. Las opciones más comunes se pueden observar en la figura 06.

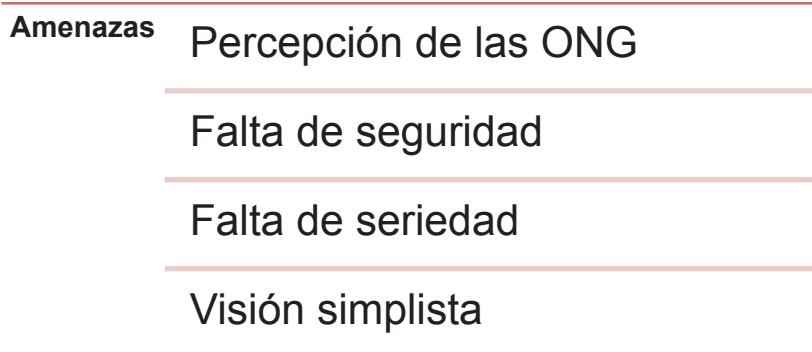
Figura 06

Debilidades	Falta de apoyo de instituciones gubernamentales
	Comunicación
	Falta de recursos
	Burocracia
	Falta de personal

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Así, también se les consulta acerca de las amenazas con las cuales se enfrenta ASVO en los últimos años. Los resultados arrojaron problemas de imagen de ONG, así como problemas en la seguridad de los voluntarios. En la figura 07 se pueden observar las opciones más destacadas por los voluntarios.

Figura 07.



Fuente: Elaboración propia, 2014.

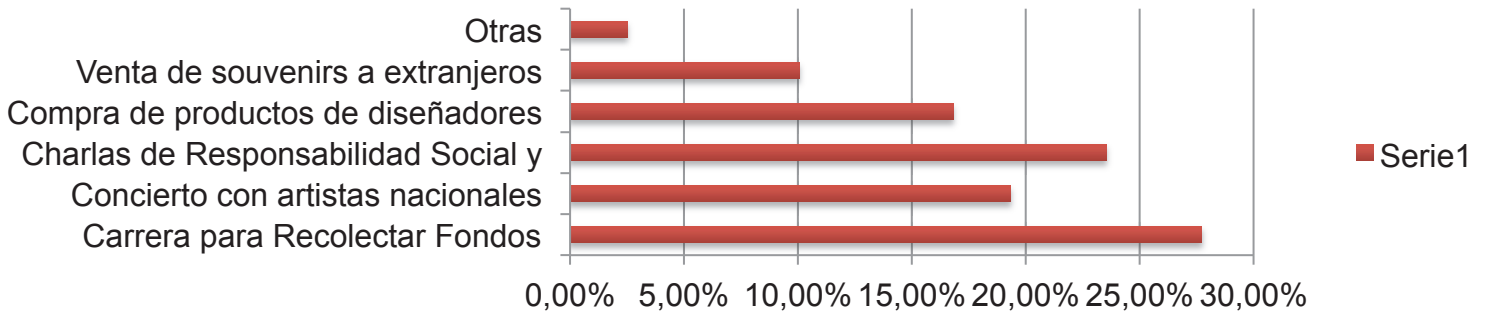
Objetivo 4.

Establecer un plan de actividades que le faciliten a la ASVO generar recursos para que sus proyectos puedan desarrollarse sin necesidad de donaciones externas.

Para la recopilación de información de este objetivo, se plantean preguntas de selección múltiple y una pregunta abierta, donde se le permite al encuestado sugerir actividades que puedan servir para generar dinero.

En cuanto a la actividad de preferencia para la recolección de fondos podemos encontrar con un 27,73% de aceptación por realizar una carrera recreativa, así seguido por charlas de responsabilidad social ambiente con un 23,53% y por último los productos nacionales y conciertos en los últimos puestos.

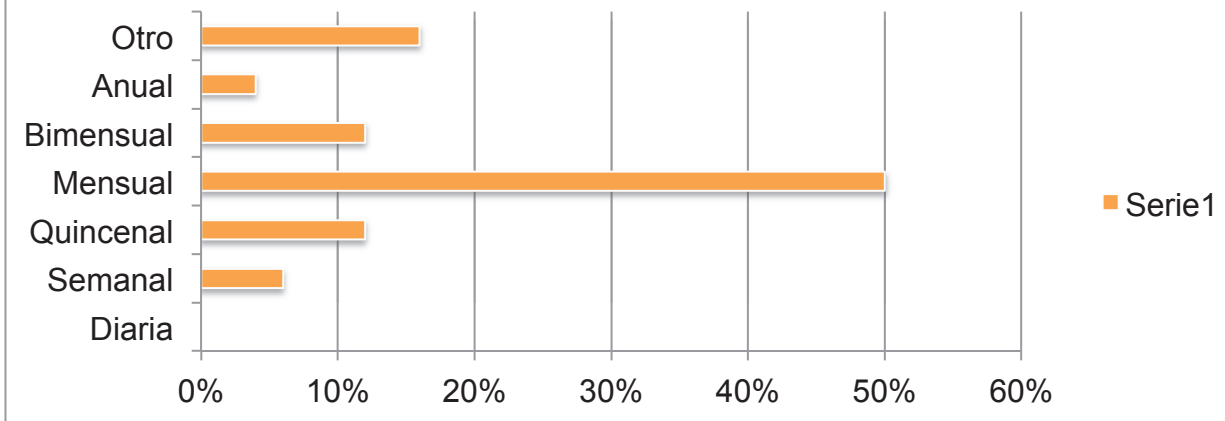
Gráfico 7. Actividades que la población encuestada asistiría



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Ahora bien, si se indica de la regularidad con la que los fundadores aportarían su tiempo, trabajo y dinero en los proyectos de ASVO, los encuestados respondieron que mensualmente es la mejor opción para la contribución al crecimiento de la Asociación. Ahora bien es de destacar que el aporte anual es uno de los menores.

Gráfico 8. Regularidad con la cual apoyaría a ASVO



Fuente: Elaboración propia, 2014.

Asimismo, se realiza una pregunta abierta con el fin que los voluntarios tomaran la iniciativa de plantear sus proyectos e ideas innovadoras para poder encontrar solución al problema financiero presentado. Entre las respuestas más populares

podemos encontrar las ventas de merchandising de la asociación así como recolección de fondos en la calle.

V Capítulo: Plan de negocios

Introducción

ASVO percibe anualmente un ingreso de ¢ 30.710.000 por concepto de donaciones y subvenciones, ingresos que se invierten en los proyectos y voluntarios en todo el país. El problema radica que la dependencia de este ingreso para poder desarrollar y dar mantenimiento a los proyectos puede ser riesgosa, puesto que las donaciones fluctúan cada año de manera negativa. Es por eso que el plan de negocios diseñado exclusivamente para ASVO busca oportunidades donde se pueda sustituir por completos ingresos por donaciones a ingresos fijos por medio de esfuerzos que la asociación y sus voluntarios puedan ejecutar.

Justificación

Para la formulación de este plan de negocios se toma en cuenta datos tomados de la investigación realizada. Estos resultados indicaron que aunque la asociación es poco conocida en el país sus voluntarios e involucrados en la causa muestran una pasión por lo que hacen y reconocen el papel de gran importancia que realizan.

Dentro de las perspectivas recolectadas en la investigación, los voluntarios demostraron gran interés en ayudar mediante actividades como carreras recreativas y actividades en las que ASVO es experta como el ofrecer charlas a empresas.

Este proyecto guiará a la asociación por los correctos procesos de expansión y uso adecuado de sus recursos para generar ingresos fijos. Ingresos con los que la ASVO no cuenta en la actualidad.

Gracias a los análisis previos de la investigación, se establecen 4 propuestas, con

el objetivo de aumentar los ingresos fijos y dejar de depender de donaciones y subvenciones necesarias para el desarrollar los trabajos de la asociación.

Objetivos

Objetivo general

Formular un plan de negocios que le permita a la organización Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas convertirse en una organización sostenible económicamente, para así no depender de donaciones a partir del III cuatrimestre del 2014.

Objetivos específicos

- Elaborar un plan estratégico de comunicación que permita a la organización maximizar los recursos disponibles a partir del III cuatrimestre del 2014
- Desarrollar y promocionar charlas, seminarios y capacitaciones empresariales en materia de medio ambiente, manejo de desechos sólidos y cómo alcanzar la meta de carbono neutral.
- Implementar actividades recreativas que permitan no sólo crear vínculo con los costarricenses y voluntarios, sino también para recoger fondos en pro del desarrollo de actividades vitales para la asociación.
- Generar alianzas estratégicas con empresas nacionales y las comunidades con las que se puedan generar recursos en conjunto.

Tácticas

a. "ASVO GLOBAL FRIENDS"

Objetivo 1

Elaborar un plan estratégico de comunicación que permita a la organización maximizar los recursos disponibles a partir del III cuatrimestre del 2014

Descripción

Esta táctica hace referencia a una campaña de publicidad digital proyectada a estudiantes internacionales principalmente europeos y estadounidenses que tengan interés por participar en las acciones de ASVO en Costa Rica. Masificando el mensaje de identificación con un “amigo de la tierra” se pretende crear un vínculo especial con el estudiante extranjero. Además se trabajará en la cooperación con universidades internacionales para que no sólo se utilicen canales digitales sino también canales oficiales de la universidad.

La marca de “ASVO Global Friends” también se utilizará con los centros educativos donde se promoció ASVO como una opción para pasantía internacional y programas de voluntariado.

Proceso

La campaña de publicidad se llevará a cabo en 2 períodos de 3 meses cada uno contemplando previo al período vacacional de los estudiantes universitarios en los países europeos y anglosajones, conocidos comúnmente como “Summer and Winter Peak” o “Picos de Verano e Invierno”. Se utilizará la página web de ASVO, donde se podrá agregar una sección llamada “BECOME AN ASVO GLOBAL FRIEND”, redes sociales y el e-mail marketing.

Mediante la ayuda de los voluntarios nacionales y el personal administrativo se generará el contenido para redes sociales existentes como Facebook y Youtube, con testimoniales y experiencias de voluntarios para crear exposición de las acciones de ASVO, o “showcasing”.

Además se utilizará publicidad paga en Facebook, red social con más alcance de ASVO. Estos se utilizarán en los inicios de los períodos previos a la afluencia de turistas internacionales. El público meta serán los estudiantes internacionales con deseos de crear un impacto positivo en el medio ambiente. La inversión total por concepto de promoción en Facebook será de cada período será de ₡165 240. Exactamente una inversión diaria de ₡2 754.

Mediante estrategias “de tirón” o en inglés “pull” se buscará aumentar en un 11% la cantidad de voluntarios internacionales con respecto al año 2013, lo que significaría unos 67 voluntarios internacionales más. Por cada programa de voluntariado se cobrarán unos ¢300 000 colones, sin embargo el programa incluye los gastos del estudiante durante la estadía lo que aproximadamente tendría un costo de ¢220 000, lo que dejaría una ganancia de ¢80 000 colones por cada voluntario internacional.

Presupuesto

Tabla 3. Inversión en publicidad para táctica “ASVO GLOBAL FRIENDS”

Producto	Descripción	Inversión Diaria	Inversión Mensual	Total
Facebook Ads	Setiembre- Octubre (Winter Peak)	¢2 754	¢82 620	¢165 240
Facebook Ads	Mayo-Abril (Summer Peak)	¢2 754	¢82 620	¢165 240
Total				¢330 480

Fuente: Elaboración propia, 2014

Tabla 4. Ingresos por concepto del programa “ASVO GLOBAL FRIENDS”

Programa	Descripción	Ingresos individuales por cada programa.	Ingresos totales
Voluntariado Internacional	67 voluntarios internacionales	¢300 000	¢20 100 000
Total			¢20 100 000

Fuente: Elaboración propia, 2014

Tabla 5. Inversión y gastos por concepto del programa de voluntariado del “ASVO GLOBAL FRIENDS”

Programa	Descripción	Inversiones individuales por cada programa.	Inversión total
Voluntariado internacional	67 voluntarios internacionales	¢220 000	¢14 740 000
Total			¢14 740 000

Fuente: Elaboración propia, 2014

Tabla 6. Ganancias netas por concepto del programa de voluntariado del “ASVO GLOBAL FRIENDS”

Valores Financieros	Monto
Total de ingresos por voluntariado internacional	¢20 100 000
Total de inversión en publicidad	¢330 480
Total de inversión por voluntariado internacional	¢14 740 000
Total de ganancias	¢5 029 520

Fuente: Elaboración propia, 2014

b. “Empresas comprometidas”

Objetivo 2.

Desarrollar y promocionar charlas, seminarios y capacitaciones empresariales en materia de medio ambiente, manejo de desechos sólidos y cómo alcanzar la meta de carbono neutral.

Descripción

La táctica “Empresas comprometidas” hace referencia a la promoción e implementación de charlas en las que ellos cuentan con experiencia y con

profesionales que las podrían brindar. Se encontró, gracias a la investigación, que la posibilidad de transmitir el conocimiento de la asociación a empresas comprometidas con el medio ambiente podía verse como una oportunidad que ASVO podría sacar provecho. Sin embargo, estos servicios no son solicitados con frecuencia por las empresas.

Es por eso que se propone realizar una campaña de mercadeo directo para que las empresas, grupos organizados e instituciones tomen estas charlas y capacitaciones. Los temas de las capacitaciones estarán estrictamente relacionados con temas de conservación, manejo de desechos sólidos, reducción de papel, voluntariado empresarial, y cómo lograr la meta de ser carbono neutral.

Proceso

Se desarrollarán aproximadamente 35 actividades a lo largo del territorio nacional, incluidos seminarios, charlas, capacitaciones. Se contactarán empresas con alta conciencia ambiental así como las que tienen su propio programa de responsabilidad social empresarial.

Además se definirán entre 3 actividades por mes para evitar el sobrecargo de actividades. Las charlas irán dirigidas para espacios de 30 personas. El servicio de cada capacitación tendrá un costo de ¢500 000, el mismo incluirá los materiales y el certificado de participación para cada una de las personas. Por ejemplo, en una charla de 30 personas, cada persona tendría que cancelar aproximadamente unos ¢16 700 colones

Presupuesto

Tabla 7. Inversión requerida por cada charla

Ítem	Descripción	Costo por unidad	Gasto total
Materiales	Paquete de	¢2 000	¢60 000

	lapicero, libreta, y folleto del proyecto		
Certificados	Certificado de participación	¢125	¢3 750
Total			¢63 750

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Tabla 8 Ganancias netas por concepto de cada charla de la táctica “Empresas Comprometidas”

Valores financieros	Monto
Total de ingresos por cada charla	¢500 000
Total de inversión por cada charla	¢63 750
Total ganancias	¢436 250

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Por lo que por cada charla se percibe una ganancia de ¢436 250 colones, las 305 charlas de todo el calendario por año sumaría una totalidad de ¢15 286 750, como se muestra en la tabla número 7.1

Tabla 9 Ganancias netas por concepto de la táctica “Empresas Comprometidas”

Valores financieros	Monto
Total de Ingresos por 35 charlas	¢17 500 000
Total de Inversión por 35 charlas.	¢2 231 250
Total Ganancias	¢15 268 750

Fuente: Elaboración propia, 2014.

c. “Soy Voluntario”

Objetivo 3. Implementar actividades recreativas que permitan no sólo crear vínculo con los costarricenses y voluntarios, sino también recoger fondos para el desarrollo de actividades vitales para la asociación.

Descripción

La táctica “Soy Voluntario” consta de una carrera y caminata recreativa en celebración del día Internacional de voluntarios, que se celebra a nivel mundial el 5 de diciembre.

El planteamiento surge a raíz que durante el estudio realizado por los voluntarios de ASVO, la opción de la creación de una carrera recreativa fue una de las más gustadas por la población. Los cuestionarios sugirieron esta iniciativa como rentable, por lo que demuestra que tan activos y anuentes a participar de la misma.

Esta propuesta viene a reforzar los ingresos anuales de la asociación que aunque maneja poco personal invierte grandes cantidades de dinero en proyectos y emergencias nacionales.

Proceso

Se desarrollará una carrera y caminata en conmemoración del Día Internacional del Voluntariado. La misma se desarrollará en San José y en la que se esperan al menos 850 personas entre voluntarios de la misma fundación, estudiantes, costarricenses y extranjeros, que les guste realizar actividad física y trabajar para una buena causa.

La entrada a la carrera costará ₡15 000 colones por persona, la misma incluirá una camiseta de la actividad y refrigerio y estación de hidratación. Para la ejecución y minimizar los costos operativos de esta actividad se buscará patrocinios con empresas con las que ASVO ha tenido relación, así como

empresas que apoyan causas benéficas a cambio de espacios o visibilidad de marca durante la carrera.

Se buscará para el desarrollo de la actividad patrocinios para:

- Zona de hidratación: Sería de gran ayuda empresas que comercializan bebidas hidratantes o agua embotellada.
- Resguardo y seguridad en zonas de salida y meta (vallas y separadores)
- Promoción en medios de comunicación: Se podría encontrar patrocinador en agencias y empresas de comunicación así como de estudiantes universitarios de carreras de comunicación que necesiten realizar su Trabajo Comunal Universitario (TCU)
- Material a entregar a los participantes.

Estos patrocinios ayudarían a reducir la inversión por parte de la Asociación y por ende recibir más ganancias de la actividad.

La carrera “Soy Voluntario” se realizará en San José para la facilidad del gran público de voluntarios residentes del Valle Central, así indicado en el estudio efectuado en el tercer cuatrimestre del 2014.

Presupuesto

Tabla 10. Inversión requerida por parte de ASVO para la carrera

Ítem	Descripción	Costo por unidad	Gasto total
Paquete de participante.	Incluye camiseta de la actividad y un brazalete coleccionable.	¢4 000	¢3 400 000
Total			¢3 400 000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Tabla 11. Inversión requerida para la organización de la carrera

Ítem	Descripción	Costo por unidad	Gasto total
Zona de hidratación	Agua, bebidas hidratantes, frutas frescas.	¢1000	¢800 000
Vallas para que la actividad sea ordenada y lucida	Alquiler de 40 vallas	¢20 000	¢800 000
Estructura de salida/meta.	Estructura de salida/meta.	¢300 000	¢300 000
Diseño y promoción de la actividad.	Diseños de camisetas, volantes y afiches.	¢200 000	¢200 000
Afiches, panfletos.	1000 impresiones de afiches, panfletos.	¢300	¢300 000
Total			¢2 400 000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Para la organización de la carrera se necesitará aproximadamente ¢2 400 000 colones, pretendidos mediante patrocinios para evitar gastos excesivos que puedan comprometer a la asociación o incurrir a gastos innecesarios.

En cuanto a la promoción se invitarán a personalidades del espectáculo en Costa Rica a participar de la promoción de la carrera. Además, se buscará anunciar esta actividad por medio de free media y publicidad en los principales medios del país, esto ya que la inversión en medios tradicionales es muy elevada, no haya pérdidas.

Tabla 12. Ganancias netas por concepto de la táctica “Soy Voluntario”

Valores financieros	Monto
Total de ingresos por 850 entradas	¢12 750 000
Total de inversión por concepto de 850 paquetes para asistentes.	¢3 400 000
Total de inversión de organización	¢2 400 000
Total de ingresos por patrocinios.	¢2 400 000
Total de ganancias	¢9 350 000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

c. “Etiqueta verde nacional”

Objetivo 2. Generar alianzas estratégicas con empresas nacionales y las comunidades con las que se puedan generar recursos en conjunto.

Descripción

La táctica “Etiqueta verde nacional” se basa en la generación de ganancias gracias a la cooperación de artistas y diseñadores nacionales.

La venta de artículos de diseño costarricense en la tienda virtual de ASVO facilita la exposición de la marcas nacionales a nivel internacional. Esto porque día a día la página es visitada por personas interesadas en Costa Rica, con poder adquisitivo necesario para comprar diseño nacional, además de personas a quienes les gusta y les importa la conservación social.

Proceso

La táctica consistirá en habilitar en la página web oficial de ASVO (asvocr.org) una sección de ventas por internet donde se podrá colocar producto de diseñadores nacionales con la única condición de que un 20% de las ganancias sean parte de ASVO.

Se iniciará la venta con un lote de camisetas nacionales, hechas por MiPYMES, PYMES y diseñadores, las cuales se venderán en unos ¢20 000 colones. Las camisas serán tanto de hombre como para mujer y se venderán en diversas tallas.

La ganancia de ASVO será un 25% del producto vendido por internet, es decir, se obtendrán ¢5 000 colones sobre cada camisa que tiene el precio de ¢20 000.

Es importante destacar que ASVO será el intermediario y que la misma asociación no comprará ninguna mercancía y la revenderá, esto para cuidar la sanidad financiera de la asociación.

Presupuesto

Tabla 13. Ingresos por camisetas vendidas por medio de la página web.

Ítem	Descripción	Ingreso por unidad	Ganancia total por unidad
Camisetas	Camisas de diseño nacional	¢20 000	¢5 000
Total			¢5 000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Por cada camiseta se percibe una ganancia de ¢5 000 colones, si se venden el lote de las 216 camisas en todo el año sumaría una totalidad de ¢1 080 000, como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 14. Ganancias netas por concepto de la táctica “Etiqueta nacional verde”

Valores financieros	Monto
Total de ingresos por 216 camisas	¢4 320 000
Total de ganancias de las empresas productoras por las 216 camisas.	¢3 240 000
Total de ganancias de ASVO	¢1 080 000

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Cuadro financiero total

Tabla 15. Presupuesto total para la estrategia “Cambiando la vida animal”

Táctica	Inversión por actividad	Inversión anual	Ganancia por actividad	Ganancias anuales
ASVO Global Friends	¢224 932	¢15 070 480	¢75 167	¢5 029 520
Empresas Comprometidas	¢63 750	¢2 231 250	¢436 250	¢15 268 750
Soy Voluntario	¢2 400 000	¢2 400 000	¢9 350 000	¢9 350 000
Etiqueta Verde Nacional			¢1 080 000	¢1 080 000
Total	¢4 863 750	¢19 701 730	¢10 941 417	¢30 728 270
Total				¢30 728 270

Fuente: Elaboración propia, 2014.

Cronograma

Figura 08

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ASVO Global Friends	"WINTER PEAK"		Promoción en redes sociales, medios digitales	Promoción en redes sociales, medios digitales	"SUMMER PEAK"	"SUMMER PEAK"	"SUMMER PEAK"		Promoción en redes sociales, medios digitales	Promoción en redes sociales, medios digitales	"WINTER PEAK"	"WINTER PEAK"
Empresas Comprometidas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas	3 Charlas
Soy Voluntario			Búsqueda de patrocinios	Búsqueda de patrocinios	Búsqueda de patrocinios	Búsqueda de patrocinios			Preparación de la actividad	Preparación de la actividad	Preparación de la actividad	Carrera recreativa "Soy Voluntario"
Etiqueta Verde Nacional	Ventas online	Ventas online. Promoción Día de San Valentín	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online	Ventas online Promoción navideña

Fuente: Elaboración propia, 2014

VI Capítulo: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- Se determina que la situación financiera de la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas se encuentra es buena. Sin embargo, las fluctuaciones en los servicios y donaciones que reciben por año incrementen la incertidumbre e inclusive recorten presupuesto de sus principales proyectos.
- La actividad que genera más ingresos son los voluntariados internacionales, seguido por el voluntariado nacional y por último las subvenciones y donaciones.
- Los gastos más cuantiosos son los que representan la aplicación de los voluntariados internacionales, así como los gastos por aplicación de iniciativas institucionales.
- Se identifican las principales debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que ASVO posee y, a raíz de los datos recopilados, se diseñan estrategias que ayuden al posicionamiento y al crecimiento de la asociación.
- La principal fortaleza de la asociación parece ser el capital humano que forma parte de ellos, además de la pasión que los mismos aportan a la labor.
- Una de las principales oportunidades inexploradas que posee la asociación es, sin lugar a duda, la publicidad en medios externos y en medios masivos.
- Se desarrolla un plan estratégico de comunicación que permitirá incrementar la cantidad de voluntarios internacionales que ASVO necesita para la estabilidad económica a un costo muy bajo y de fácil acceso por el mercado meta del mismo.
- La gran mayoría de los voluntarios de ASVO son personas adultas jóvenes con edades entre los 18 y 27 años, residentes del San José, solteros y con

conocimiento acerca del emprendimiento social.

- Indiscutiblemente, la actividad más conocida de la ASVO es la conservación de tortugas.
- ASVO utiliza únicamente medios digitales para promocionar sus servicios, esto debido al poco presupuesto para actividades de promoción.
- Se establece un plan de actividades para el año 2015 organizado por meses que le facilitará a ASVO la implementación y planeación de los mismos.
- La elección de la creciente demanda para carreras de atletismo y la tendencia del estar en buena figura indican que los voluntarios están anuentes a participar de actividades recreativas físicas.
- La frecuencia con la que los mismos voluntarios asociados aportarían sería mensualmente.

Recomendaciones:

- Diseñar las estrategias de comunicación pensando en los jóvenes entre 18 y 27 años. Tratar de capturar la atención de ese segmento.
- Buscar fuentes fijas de ingresos, puesto que las entradas de dinero por voluntariados internacionales y nacionales fluctúan. A pesar de ello, darle la atención necesaria a estos programas pues estos son la base de la asociación.
- Identificar más al voluntario de ASVO, crear una cultura que le permita al voluntario de ASVO estar orgulloso de trabajar para la institución; además, que esté más involucrado con las actividades del mismo.
- Involucrar la comunidad donde ASVO trabaja para generar ganancias, no sólo para ASVO, sino generar ingresos en zonas vulnerables y de alto riesgo.
- Convocar a los medios de comunicación para que la organización se convierta en referente del tema de conservación ambiental. Además de generar contenido que les pueda servir a los medios de comunicación.
- Promocionar los diferentes programas que tiene ASVO en la actualidad, para así romper el esquema de que es una fundación de conservación de tortugas.
- Utilizar el F.O.D.A para poder mejorar los aspectos internos y externos para mejorar ASVO. Asimismo, tomar una ventaja competitiva en el mercado con sus oportunidades y prepararse debidamente para afrontar sus posibles amenazas.
- Calendarizar con respecto a los picos de demanda de voluntariados extranjeros, el plan de actividades y negocios con el fin de encontrar los momentos idóneos para la aplicación de los mismos.
- Buscar alianzas con la comunidad, así como con empresas para que en conjunto puedan generar recursos sin necesidad de invertir en gran

cantidad.

- Innovar en los medios de comunicación internacionales para que les resulte atractivo a los estudiantes que piensen en realizar un voluntariado en Costa Rica.
- Centrar los esfuerzos de comunicación en medios de fácil acceso y de bajo costo como los medios digitales
-

Referencias bibliográficas

ASVO (2013) Informe anual 2013. Recuperado de:

<http://www.asvocr.org/asvo/InformeAnual2013.pdf>

ASVO (2014) Lo que hacemos. Recuperado de:

<http://www.asvocr.org/loquehacemos/index.php>

ASVO (2014) Acerca de Nosotros. San José, Costa Rica. :ASVO

Caferri, C. (s.f). Emprendimiento social, Negocios al servicio de un fin mayor.

Recuperado de: <http://negocios.about.com/od/Casos-De-Exito/a/Emprendimiento-Social.htm>

Campos, W. (2014). Conozca el corazón de un voluntario. Buen día, Teletica.

Recuperado de: http://www.nacion.com/nacional/Roger-Trejos-voluntad-apacigua-incendios_0_1360463944.html

Genova, A. (2014) Planificación Estratégica Nota técnica #1. Recuperado de:

<http://www.redrrpp.com.ar/portal/modules.php?name=News&file=article&sid=1239>

Guzmán, L (1982) Las fuentes secundarias. Recuperado de:

<http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/docente/pd-000169.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2010). Metodología de la investigación.

(5 Edic.). México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana.

Jaramillo, L (2008) Emprendimiento: Concepto básico en competencias.

Recuperado de:

<https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

Kume, A (2013) Los estados financieros. Recuperado de:

<http://www.crecenegocios.com/los-estados-financieros/>

- Mefalopulos, P. y Kamlonger, C. (2008) Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación. Recuperado de:
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>
- Orlich, J. (s.f.) Planificación Estratégica Nota técnica #1. Recuperado de:
[http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA\(SWOT\).pdf](http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA(SWOT).pdf)
- Prado, A., Flores, J., Pratt, L. y Ogliastre, E. (2004) Marco Lógico y Conceptual del Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. Recuperado de:
http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/904_marco_logico_y_conceptual.pdf
- Sanchis, J (2010) Emprendimiento, economía social y empleo. Recuperado de:
<http://base.socioeco.org/docs/emprendimiento2.pdf>
- Silvestrini, M. y Vargas, J. (2008) Fuentes De Información Primarias, Secundarias Y Terciarias. Recuperado de: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Serrano, M (2014). Emprendimiento e internacionalización de las PYMES en España. . Recuperado de: <http://cerro.cpd.uva.es/bitstream/10324/6124/1/TFG-L478.pdf>
- Soto, M. (2013). Parques nacionales buscan voluntarios en estas vacaciones. La Nación. Recuperado de: http://www.nacion.com/vivir/ciencia/Parques-nacionales-buscan-voluntarios-vacaciones_0_1350664940.html
- Soto, M. (2013). Voluntarios liberaron 59 tortugas que nacieron en playa Montezuma. La Nación. Recuperado de:
http://www.nacion.com/vivir/ciencia/Voluntarios-liberaron-tortugas-nacieron-Montezuma_0_1364863562.html
- Soto, M. (2013). Róger Trejos, voluntad que apacigua incendios. La Nación. Recuperado de: http://www.nacion.com/nacional/Roger-Trejos-voluntad-apacigua-incendios_0_1360463944.html

Anexos

Capítulo I. Cuestionario a 50 personas

La presente encuesta, respaldada por la ULACIT, pretende indagar con respecto con el fin de lograr que éste subsista fomentando su emprendimiento social. La información brindada en esta encuesta es de carácter estrictamente académico, por lo cual se manejarán con confidencialidad y profesionalismo absoluto. Agradezco su colaboración.

-Género F M

-Edad De 18 a 27 De 28 a 37 De 38 a 47 De 48 a 57 58 o más

-Residencia:

San José Heredia Cartago Alajuela Limón Puntarenas Guanacaste

-Estado civil: Soltero Casado Divorciado Viudo Unión Libre

1. ¿Conoce usted lo que significa el emprendimiento social?

Sí No

**Nota: El emprendimiento social es la resolución a problemas, de manera innovadora y estratégica con el fin de fomentar una evolución social.

2. ¿Conoce usted la Asociación de Voluntarios para el Servicio de las Áreas Protegidas (ASVO) de Costa Rica?

Sí

No (Si no gracias por su colaboración la encuesta termina aquí)

3. ¿Cuáles de las actividades realizadas por ASVO conoce usted? (puede marcar más de una opción)

Conservación de tortugas

Brigada de Incendios Forestales

Investigación Científica

Educación Ambiental

No he participado en ninguna actividad de ASVO (si es así pase a la pregunta 8)

4. Podría indicar, ¿Cuál es para ASVO la mayor fortaleza?:

5. Podría indicar, ¿Cuál es para el ASVO la mayor oportunidad para mejorar?:

6. Podría indicar, ¿Cuál es para el ASVO la mayor debilidad?:

7. Podría indicar, ¿Cuál es para ASVO la mayor amenaza actual de la Asociación?:

8. De las siguientes opciones ¿cuáles considera usted que podrían ser actividades en las cuales participaría? (puede marcar más de una opción)

- Carrera para recolectar fondos.
- Concierto con artistas nacionales
- Compra de productos de diseñadores nacionales para ASVO
- Venta de souvenirs a internacionales.
- Charlas de Responsabilidad Social y medio ambiente.
- Otra. _____

8. Con qué regularidad estaría usted dispuesto a apoyar

- Diario Semanal Quincenal Mensual Otra

9. ¿Cuál considera usted sería una buena forma de conseguir fondos para ASVO sin necesidad de donaciones?

10. ¿Tiene algún comentario adicional?

-Muchas gracias por su información, realmente su aporte es de gran ayuda-