

Plan de negocios en la Asociación de Estudiantes Unidos Cristianos

Investigación empresarial Aplicada

06/12/2014

ULACIT

Jenny T Lumbi Sequeira

Contenido

Resumen Ejecutivo	2
Abstract	3
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	4
ANTECEDENTES.....	5
JUSTIFICACIÓN	5
PROBLEMA	6
PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
HIPÓTESIS.....	6
ALCANCES.....	7
LIMITACIONES	7
CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL.	8
DE LA ORGANIZACIÓN.....	8
DEL EMPRENDEDURISMO	20
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	25
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS	33
CAPÍTULO V. PLAN DE NEGOCIOS	46
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

Resumen Ejecutivo

La finalidad de la investigación en el tema de emprendedurismo social, ha sido elaborar un plan de negocios para la Asociación Estudiantes Cristianos Unidos, con el fin de generarles ingresos adicionales.

La Asociación Estudiantes Cristianos Unidos, está enfocada en los estudiantes de secundaria y universitarios. La Asociación busca que estos estudiantes puedan desarrollarse plenamente como estudiantes, inculcando o reforzando valores éticos morales, con el objetivo que sean personas profesionales de bien social.

El enfoque que se le brindó a la investigación es mixto, tanto cualitativo como cuantitativo, ya que debido a su naturaleza es necesario el uso de estos dos instrumentos, la encuesta a 50 personas y la entrevista a una directiva de la Asociación. El tipo de investigación es exploratorio y descriptivo, ya que uno permite experimentar con un negocio nuevo y el otro permite describir ciertas características de lo que se necesita en el negocio, para que sea funcional.

La Asociación nunca ha experimentado el Emprendedurismo Social , por lo que la presente investigación fue de gran ayuda, ya que se les generaron nuevas inquietudes y formas en cuanto a los medios para procurarse ingresos económicos.

La aplicación del Plan de negocios aquí expuesto, requerirá en su implementación y ejecución el apoyo del 100 % del voluntariado con el que cuenta la Asociación, siendo que el mismo será exitoso en la medida en que sea apoyado por estos.

Palabras claves: Emprendedurismo social, Asociación sin fines de lucro, Asociación estudiantes Cristianos Unidos.

Abstract

Executive Summary

The purpose of research on the topic of social entrepreneurship, has been developing a business plan for the Asociación de Estudiantes Cristianos Unidos, in order to generate them additional income.

Asociación de Estudiantes Cristianos Unidos, is focused on high school and college students. The Association seeks that these students can develop fully as students, instilling or reinforcing moral ethical values, in order to be professional persons of social good.

The focus thus afforded research is mixed, both qualitative and quantitative, since due to its nature requires the use of these two instruments, the survey and interview 50 people to a committee of the Association. The research is exploratory and descriptive, since one can experiment with a new business and the other allows to describe certain characteristics of what is needed in the business, to make it functional.

The Association has never experienced the Social Entrepreneurship, so this research was of great help as they are generated new concerns and ways in terms of the means to procure income.

The implementation of the business plan here exposed, require in its implementation and execution support 100% of volunteering in telling the Association, being that it will be successful to the extent that is supported by them.

Keywords: social entrepreneurship, Asociación de Estudiantes Cristianos Unidos, Nonprofit Association.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La Asociación de Estudiantes Cristianos Unidos, en adelante ECU, cédula jurídica 3-002-343671, es una organización cristiana evangélica interdenominacional y pro eclesial de bienestar social, sin fines de lucro, que procura la unidad de sus beneficiarios: los estudiantes.

ECU cuenta en Costa Rica, con estudiantes de centros universitarios y de secundaria, tanto públicos como privados; su finalidad principal es promover la plenitud de vida y su desarrollo integral como personas y profesionales al servicio de la comunidad nacional.

En razón de lo anterior, existen grupos que pertenecen a ECU en diversos centros educativos a lo largo del país, como por ejemplo: en la Universidad de Costa Rica, sede Rodrigo Facio, Sede Liberia, Sede Pacífico;, Universidad Nacional sede Heredia, etc.

La tarea no culmina cuando los estudiantes son egresados, sino que una vez como profesionales, ECU continua a dicho nivel reforzando valores y principios. Estos profesionales egresados se vuelven ejemplo para los estudiantes, y aportan a la organización, ya sea con conocimiento o financieramente.

La organización últimamente ha sufrido una disminución en los ingresos que recibe, por lo que el apoyo a sus grupos de estudiantes y la realización de proyección social por parte de éstos han sido afectados.

A continuación se desarrollará un plan de negocios para ECU. Con el mismo, se busca desarrollar una estrategia que proporcione ingresos financieros para la organización, con lo cual ésta pueda asegurar su mantenimiento en el tiempo.

ANTECEDENTES

En la Organización ECU, es la primera vez que se realiza un plan de negocios como el que aquí se desarrolla, por lo que no existen antecedentes al respecto.

JUSTIFICACIÓN

Nuestra sociedad ha perdido muchos principios y valores éticos y morales. Las personas han olvidado valores como: el compañerismo, paciencia, humildad, trabajo, amistad, agradecimiento, bondad, solidaridad, respeto, familia, integridad, reemplazando los mismos por entre otros: el orgullo, vagancia, vida fácil, individualismo, violencia, impaciencia e intolerancia.

Ante la falta de buenos principios y valores éticos y morales en los profesionales, y el incremento de violencia en los centros educativos de secundaria y a nivel universitario, se hace necesario que existan organizaciones que promuevan altos valores morales y éticos en los futuros profesionales, para formar sociedades más sanas, en donde los índices de violencia disminuyan.

ECU promueve altos valores éticos y morales en los estudiantes a nivel de secundaria y universidad, procurando que cuando estas personas se integren al mercado laboral o a la sociedad como profesionales, puedan ser profesionales que estén al servicio de la comunidad.

Desde hace aproximadamente tres años, la organización enfrenta una crisis financiera. Las entradas económicas han disminuido significativamente, por lo que el apoyo a los grupos de estudiantes se ha visto afectado.

De continuar la difícil situación financiera que enfrenta ECU, la proyección social de los estudiantes hacia la comunidad disminuirá y hasta peligra la extinción de la organización.

Es por esto que se hace necesario redactar un plan de negocios que le permita a la organización obtener recursos financieros para su sostenimiento.

OBJETIVOS

i. General

Desarrollar un plan de negocios para ECU, que le permita obtener recursos financieros para su continuidad en el tiempo.

ii. Específicos

A. Identificar las fuentes de ingreso de ECU.

B. Desarrollar un plan de apoyo financiero para ECU. Plan de negocios.

PROBLEMA

Estudiantes Cristianos Unidos no cuenta con un plan de negocios que le permita obtener recursos financieros.

PREGUNTA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Podría la elaboración de un plan de negocios, influir de manera significativa para que ECU pueda procurarse ingresos financieros?

HIPÓTESIS

Realizando un plan de negocios y poniéndolo en práctica, ECU podría recuperar su estabilidad económica.

ALCANCES

En relación con el respectivo alcance del trabajo de investigación se mencionan los siguientes:

- 1.-Se realizará un análisis FODA para determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- 2.-Se desarrollará un modelo de plan de negocios para la organización, que permita establecer una planificación adecuada para procurarse ingresos financieros.

LIMITACIONES

Se puede mencionar como limitación de esta investigación el hecho de que la actual Junta directiva de ECU es de reciente nombramiento y no se tenga contacto con la Junta Directiva anterior.

El hecho de que no se tenga contacto con la Junta Directiva anterior, nos limita conocer a mayor profundidad los problemas económicos de la organización, así como a partir de cuándo surgen y por qué, puesto que la Junta Directiva actual se encontró con el problema financiero, al instaurarse en el cargo, como un problema heredado.

CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL.

DE LA ORGANIZACIÓN: Asociación de Estudiantes Cristianos Unidos

Historia (Antecedentes)

Ha tenido varios nombres, sin embargo, es hasta el año 2002 que se formaliza legalmente y pasa a llamarse Estudiantes Unidos Cristianos -ECU-.



Estudiantes Cristianos Unidos es parte de la International Fellowship of Evangelical Students, por sus siglas en inglés IFES. Una organización que agrupa una comunidad global de estudiantes evangélicos.

Estudiantes Cristianos Unidos es una organización cristiana evangélica interdenominacional y pro eclesial de bienestar social.

Misión

Aprender a vivir y compartir el mensaje transformados de Jesús con la comunidad estudiantil, mediante la formación, la pastoral y el servicio.

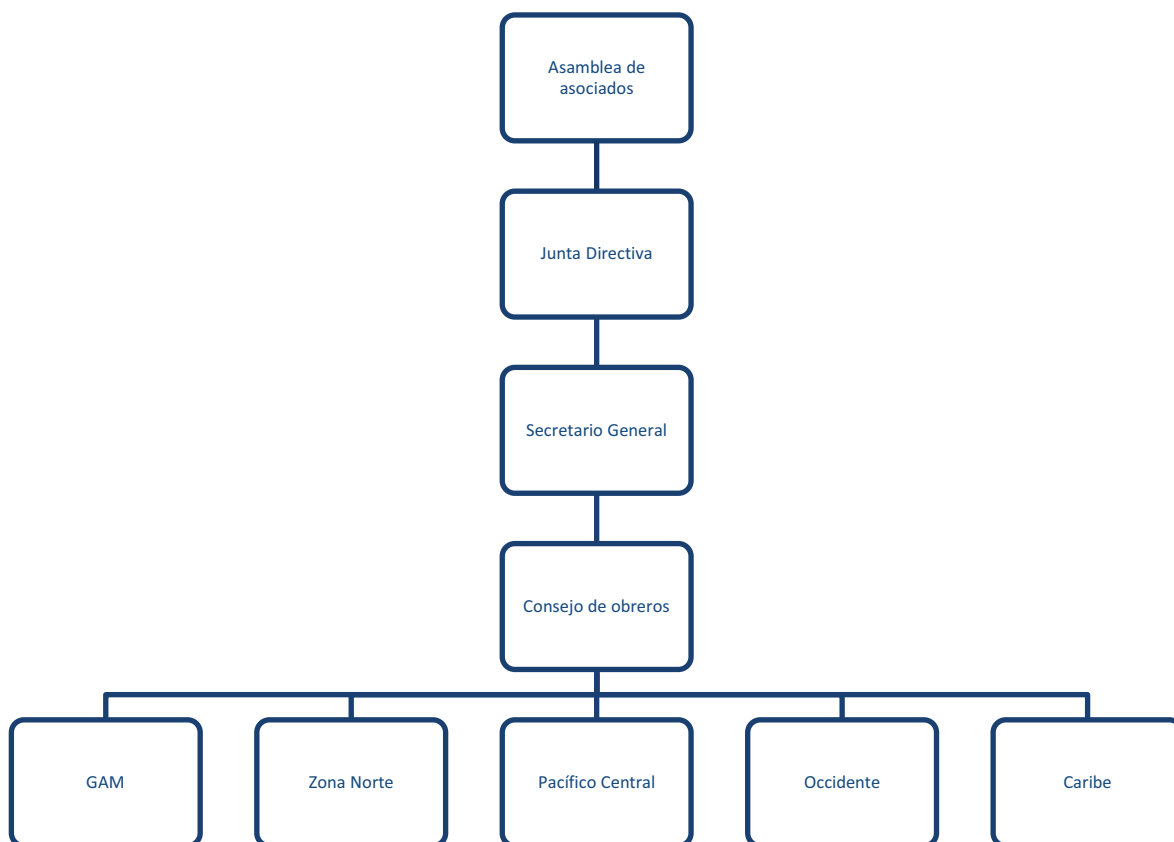
Visión

Ser un movimiento estudiantil formador, organizado y auto sostenible que incide en la comunidad estudiantil, la iglesia y la sociedad, por medio de la contextualización del mensaje de Jesucristo.

Valores y principios

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Altruismo
- ✓ Diversión
- ✓ Apreciación
- ✓ Asertividad
- ✓ Disponibilidad
- ✓ Valentía
- ✓ Camaradería
- ✓ Valentía
- ✓ Benevolencia
- ✓ Ser el mejor
- ✓ Alegría
- ✓ Compromiso
- ✓ Comunidad
- ✓ Compasión
- ✓ Convivencia
- ✓ Cooperación
- ✓ Cordialidad
- ✓ Cortesía
- ✓ Confianza
- ✓ Disciplina
- ✓ Devoción
- ✓ Creatividad
- ✓ Generosidad
- ✓ Proactividad
- ✓ Respeto

Organigrama



Asamblea de asociados (Toma de decisiones)

Lo conforman los miembros asociados de ECU. Se trata de la máxima instancia en la toma de decisiones, pues define las políticas, los objetivos y es quien delibera sobre el destino que ha de tener la organización.

Consejo Directivo (Dirección y fiscalización)

Compuesto por miembros elegidos en Asamblea de asociados, encargados de la dirección, supervisión, control y manejo de la organización. Se nombran cada dos años.

Secretario General (administrativo - operativo)

Realiza la planificación y organización de los elementos necesarios, para ejecutar las directrices del Consejo y de la Asamblea de asociados. Es parte del Consejo de Obreros y debe visitar y estar en directa relación con los líderes o coordinadores estudiantiles.

Consejo de Obreros

Está compuesto por el líder o líderes estudiantiles y el Secretario General. Juntos desarrollan el trabajo de campo, en cada región en donde ECU tenga un grupo abierto.

Obreros o coordinadores estudiantiles

Persona que lidera el Grupo de ECU, en el lugar estudiantil. Desarrolla los programas y trabajos directamente con los estudiantes.

Centros Estudiantiles en donde ECU Cuenta con un Grupo Abierto

Gran Área Metropolitana (G.A.M.)

- ✓ Universidad Costa Rica Sede Rodrigo Facio
- ✓ Universidad Nacional Sede Central.
- ✓ Tecnológico de Cartago
- ✓ ULACIT
- ✓ UCIMED
- ✓ Profesionales GAM

Región Guanacaste

- ✓ Universidad de Costa Rica sede Liberia
- ✓ Universidad Nacional sede Liberia
- ✓ Universidad Nacional sede Nicoya
- ✓ Colegio Agropecuario sede Nicoya
- ✓ Colegio Técnico en Guatuso
- ✓ IPEC Santa Cruz
- ✓ INVENIO
- ✓ ULICORI en Santa Cruz
- ✓ Profesionales Guanacaste

Región Pacífico Central

- ✓ Universidad de Costa Rica sede Puntarenas
- ✓ Colegio Técnico de Parrita
- ✓ Colegio Técnico de Jaco

Región Occidente

- ✓ Universidad de Costa Rica sede San Ramón
- ✓ Universidad de Costa Rica sede Tacaes

Región Zona Norte

- ✓ Instituto Tecnológico de Costa Rica sede Santa Clara

Región Caribe

- ✓ Universidad de Costa Rica sede Limón
- ✓ Liceo Diurno de Limón

De acuerdo con la entrevista realizada a la señora Johanna Avendaño Mena, tesorera de la Junta Directiva de ECU, nos indicó que la única fuente de ingreso de la organización es las ofrendas de distintos grupos: Profesionales, Junta Directiva, Consejo de Obreros, amigos de ECU; sin embargo, el aporte no es regular, de modo que siempre está fluctuando. Esto ha ocasionado que los gastos se vean reducidos.

Los ingresos actuales son de ₡290.000,00 mensuales, y provienen de ofrendas, aportes de profesionales egresados que participaron en la organización siendo estudiantes y que ahora como egresados continúan vinculados a la misma. Para lograr la generación de dicho ingreso, la organización realizó una campaña entre los profesionales egresados, en donde se les solicitó colaboración por cuatro meses, mientras saneaban la situación financiera de la organización.

Al disminuirse los ingresos, se han tenido que bajar los gastos, reduciéndolos al monto del ingreso obtenido.

Los gastos son básicamente tres:

- ✓ Pago mensual de Secretario General.
- ✓ Pago de un obrero de la Región Pacífico Central.
- ✓ Distribución de un monto mínimo entre los grupos abiertos en los distintos centros de enseñanza.

Los demás obreros realizan su labor de forma voluntaria.

Esta disminución en los ingresos, ha hecho que las grandes actividades como los campamentos, se realicen con aportes de cada participante y un pequeño porcentaje de becas que se reciben de parte de algunos ofrendantes.

Las actividades de Profesionales se cubren con ofrendas de ese mismo grupo con apoyo de la Junta Directiva.

La señora Johanna Avendaño, tesorera de la Junta Directiva de ECU, señaló que la organización podría funcionar con ingresos anuales de ¢6.000.000, a tenor de ¢500.000,00 mensuales.

Actividades

Campamento Nacional De Capacitación Anual







Día de Servicio a la Comunidad



Compartiendo en el Hogar de Ancianos Bijagua Upala





Fines y objetivos

- Comunicar el evangelio de Jesucristo de manera creativa y clara, a través de las palabras, las acciones y las relaciones, en los centros estudiantiles de Costa Rica.
- Fortalecer el liderazgo, la formación y la pastoral en estudiantes que impacten las comunidades donde están insertos, en la iglesia y en la sociedad.
- Fomentar el trabajo conjunto de estudiantes y profesionales mediante procesos de formación de discípulos, comprometidos con el ministerio estudiantil y con el testimonio de vida cristiana.
- Ser un movimiento auto sostenible en lo económico y eficiente en la administración de los recursos.
- Tratar temas que respondan a los desafíos contemporáneos desde una perspectiva cristiana.
- Participar e incidir en los espacios estudiantiles con una cosmovisión cristiana del mundo.
- Establecer, mantener y consolidar alianzas estratégicas con organizaciones afines nacionales e internacionales.
- Sensibilizar al estudiante para que participen activamente en diferentes proyectos de bienestar social.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación con los que ECU cuenta, son.

1.-Cuenta en Facebook:

<https://www.facebook.com/ecucostarica?fref=ts>

2.-Base de datos, con correo electrónico de los estudiantes, estudiantes egresados y personas afines con la organización.

DEL EMPRENDEDURISMO

El emprendedurismo alude a emprender algo nuevo. Según el diccionario de la Real Academia Española, el significado de emprender implica:

“emprender.

(Del lat. *in, en, y prendĕre, coger*).

1. tr. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”... (Real Academia Española, 2014)

Se podría definir el emprendedurismo, como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. (TodoMarketing, 2014)

Bajo la lógica del paradigma competitivo en el que se desenvuelve el capitalismo global, el emprendimiento desempeña un papel relevante. En un sentido amplio, por emprendimiento se entiende cualquier actividad que desarrolla un individuo por su propia iniciativa. En el ámbito de la económica por emprendimiento se entiende la creación y consolidación de empresas a partir de la detección y explotación de oportunidades de mercado. (Santos, Barroso, & Guzman , 2013)

El emprendedurismo debería ser una constante en las organizaciones. El emprendedor debe tener mentalidad de empresario, de querer crecer como persona y hacer crecer a la organización.

El profesor del MBA de la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE) Alfred Vernis, y Guillermo Casanovas del Momentum Project de España, aseguran que “se puede decir que la sociedad (especialmente las empresas, la administración pública y las ONG) no puede dejar escapar el tren del emprendimiento y la innovación social”. (Vernis & Casanovas, 2011)

Virtudes y valores del emprendedor

Algunas de las virtudes y valores que debería tener el emprendedor son:

- ✓ Honestidad
- ✓ Solidaridad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Amistad
- ✓ Excelencia

Actitudes del emprendedor

La económica del emprendimiento supone en el emprendedor una serie de actitudes, iniciativa, creatividad y proactividad, con lo que se espera poder superar el habitual rechazo al riesgo que supone todo proyecto empresarial. Siendo que las situaciones a enfrentar probablemente sean difíciles, es recomendable que el emprendedor:

- ✓ Tenga los objetivos claros.

El emprendedor debe saber lo que persigue, debe tener claridad de sus objetivos, debe conocer completamente el fin a alcanzar. Debiendo dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr los objetivos.

- ✓ Creer en el propio proyecto.

El emprendedor debe ser creyente de sí mismo y del proyecto que plantea. Esta es una de las formas más eficaces de lograr el convencimiento en los demás. Al volver a los demás creyentes del proyecto, se aumentan las posibilidades de llevarlo a la práctica con éxito.

Las cosas no suceden por sí solas, sino que uno mismo hace que sucedan.

Emprender es un verbo, refleja acción, quién ejecuta la acción de emprender, el emprendedor.

Si no hay un sujeto que ejecute o provoque la ocurrencia de acciones, nada sucederá, el emprendedor debe tener el liderazgo y la madurez emocional para comprender que se obtendrán resultados en la medida que actúe.

El emprendedor debe no sólo disponer, sino también irradiar energía, para la consecución de los objetivos planteados, teniendo claro que el primer capital y el más importante en un emprendimiento es el mismo, viéndose obligado a poner en práctica la perseverancia y el esfuerzo.

- ✓ Adquirir conocimientos técnicos.

Es recomendable que los conocimientos técnicos a adquirir sean aquellos que estén relacionados con el proyecto a ejecutar. El emprendedor puede estar muy vinculado con su proyecto, pero si desconoce temas técnicos básicos para llevarlo a cabo existen podrían existir posibilidades de que el mismo no sea incluso ni factible. Por lo tanto, el emprendedor debe tener en alta estima el educarse.

- ✓ Es necesario tomar riesgos

El emprendimiento es empezar algo nuevo que no se haya realizado, lo cual implica tomar riesgos. El emprendedor debe saber previamente que probablemente en el camino se encontrará ante situaciones en las que no podrá actuar en el campo de la seguridad, y ahí debe tomar riesgos. El proyecto puede que al final no resulte un éxito, sin embargo los resultados que se obtengan pueden ser el preámbulo al mismo.

- ✓ Actuar con honestidad y respeto

El emprendedor debe llevar la bandera de la honestidad. Sus actuaciones y decisiones deben ser éticamente aceptables. Ello aunque muchos separan la ética de la economía.

Tipos de emprendimientos

Los emprendimientos puros pueden clasificarse en emprendimientos de mercado o emprendimientos sociales.

Emprendimientos de mercado: Este tipo de emprendimiento busca la maximización del beneficio económico.

Emprendimientos sociales: Aquellos que anteponen sin lugar a dudas su misión social al objetivo del beneficio. Se pueden mencionar al menos dos tipos dependiendo de la autosuficiencia financiera.

1. Emprendimientos sociales de mercado: Generan ingresos y cubren costos
2. Emprendimientos sociales de no mercado: No cubren costos, pues dependen de ayudas públicas o filantrópicas. Estos podrían o no tener afán de lucro. En caso de que se tuviera afán de lucro los objetivos sociales tienen primacía sobre los beneficios económicos.

Emprendedurismo social

Al crear una empresa, surgen una serie de interrogantes válidas: de dónde se obtendrá el capital inicial, a qué retos se enfrentará, qué servicios o productos ofrecerá que tengan un buen mercado, cómo hacerla rentable y duradera en el tiempo.

La creación de una empresa es una tarea difícil, los inicios y el afianzamiento de la misma en el mercado requieren mucho empeño y trabajo. Sin embargo, la situación pareciera complicarse, cuando se está frente a organizaciones sin fines de lucro, cuyos esfuerzos están enfocados en la proyección social.

Existen organizaciones, como ONG, a nivel mundial, con una estructura incluyendo la económica, definida, afianzada y consolidada, las cuales, pocas veces presentan problemas financieros para el cumplimiento de sus fines. Sin embargo, también existen pequeñas organizaciones que funcionan al interior de un país, trabajando bajo el anonimato y desarrollando objetivos muy loables.

Estas pequeñas organizaciones, con fines a nivel social gigantescos, presentan algunas de forma recurrente, otras en ciertos momentos, problemas financieros. Si no se cuenta con recursos financieros difícilmente se podrán cumplir los fines propuestos por dichos entes.

Ante esta situación, algunas entidades deben recurrir al emprendedurismo, decidiendo algunas por el emprendedurismo social.

El emprendedurismo social es parte de la economía social y solidaria. En este sector de la economía conviven muchas formas de participación productiva, probadas a lo largo del tiempo que conllevan, prioritariamente, la generación de valor social por encima de las utilidades.

No existe una única definición para conceptuar al emprendedurismo social, sin embargo, atendiendo a sus características se comprende dicha acepción.

Los emprendimientos sociales son un tipo de emprendimiento que, reuniendo las características de cualquier otro emprendimiento, a su vez se distinguen principalmente de los demás en que la motivación del emprendedor para llevarlo a cabo es el altruismo. (Leadbetter, 1997) El altruismo implica que la persona realice un sacrificio personal en beneficio de otros, por lo que está caracterizado por la solidaridad.

Los emprendimientos sociales usan el altruismo para generar valor social, atendiendo a necesidades sociales, tales como la pobreza, la exclusión social, el desempleo de personas con discapacidades físicas o psíquicas o el deterioro medioambiental. Por supuesto, esas necesidades se atienden produciendo bienes y servicios de forma innovadora y, no siempre, mediante la creación y desarrollo de empresas. (Santos, Barroso, & Guzman , 2013)

Además de su objetivo social, una de las características esenciales de los emprendimientos sociales es que uno de sus activos más importantes, es el capital social. (Santos, Barroso, & Guzman , 2013)

De modo que este tipo de emprendimiento busca como una actividad económica ordinaria obtener una ganancia, cierto beneficio económico, sin embargo, la diferencia es que dichos rendimientos económicos no serán distribuidos como dividendos, por el contrario, los mismos son utilizados en la misma organización, generándole autosuficiencia financiera, para que pueda continuar desarrollando los objetivos que se ha propuesto.

CAPÍTULO III. METODOLGÍA DE INVESTIGACIÓN

Alcances de la investigación

Las investigaciones pueden tener diversos alcances, se pueden iniciar como exploratoria, después puede ser descriptiva y correlacional y terminar como explicativa.

La presente investigación tiene alcance exploratorio y descriptivo.

Investigación exploratoria

La investigación exploratoria se realiza sobre temas o problemas de investigación poco estudiados o que no han sido abordados antes.

Roberto Hernández Sampieri, señala que cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el programa de estudio, se debe utilizar el alcance exploratorio. El mismo autor señala que los estudios exploratorios son como cuando viajamos a un lugar que no conocemos, del cual no hemos visto ningún documental ni leído algún libro, sino simplemente alguien nos ha hecho un breve comentario sobre el lugar. Al llegar no se sabe qué atracciones visitar, a qué museos ir, en qué lugares se come sabroso, cómo es la gente; desconocemos mucho del sitio. Lo primero que se hace es explorar, preguntar sobre qué hacer y a dónde ir al taxista o al chofer del autobús que nos llevará al hotel donde nos instalaremos, en la recepción, al camarero del bar del hotel y en fin, a cuanta persona se ve amigable. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

Los estudios exploratorios permiten conocer y familiarizarse con situaciones desconocidas, obtener información sobre la posibilidad de realizar una investigación completa en torno a una situación particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias establece prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones y postulados.

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos, correlacionales o explicativos. Los estudios descriptivos – por lo general – son la base de las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan

información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

La presente investigación tiene alcance exploratorio, puesto que nunca se ha realizado un plan de negocios en la Asociación Estudiantes Unidos Cristianos.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es detallar cómo son y se manifiestan. 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 su análisis, es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieran, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

En la presente investigación se estudia la organización Estudiantes Unidos Cristianos, para confeccionar Plan de Negocios acorde a sus características.

Enfoque de la investigación

Cuantitativo y cualitativo (mixta)

En la presente investigación se utilizará el enfoque de investigación mixto, utilizando el método cuantitativo y cualitativo.

Es necesario utilizar ambas herramientas, pues nos permitirá obtener una información más completa para la elaboración del plan de negocios.

Se realiza una entrevista a un directivo de la Asociación Estudiantes Cristianos Unidos y se aplicará a nivel general una encuesta para conocer la opinión de posibles interesados en colaborar económicamente con la misma.

Enfoque cuantitativo

La investigación o metodología cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende decir, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. (Wikipedia.org)

Para que exista metodología cuantitativa se requiere, que entre los elementos del problema de investigación, exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico ya sea lineal, exponencial o similar, es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, en qué dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. (Wikipedia.org)

Su naturaleza es descriptiva. Le permite al investigador “predecir” el comportamiento del consumidor.

Los métodos de investigación incluyen: experimentos y encuestas.

Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Roberto Hernández Sampieri señala que el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadísticas, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

Señala dicho autor, las características de este enfoque son:

1.-El investigador o investigadora plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.

Una vez planteado el problema de estudio, el investigador o investigadora considera lo que se ha investigado anteriormente y construye un marco teórico del cual deriva una o varias hipótesis y las somete a prueba mediante el empleo de los diseños

2.-La medición de los datos se fundamenta en la medición.

Esta recolección se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica. Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos.

Debido a que los datos son producto de mediciones se representan mediante números y se debe analizar a través de métodos estadísticos.

3.-Objetividad. La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible. Los fenómenos que se observan o miden no deben ser afectados por el investigador.

Aunado a las anteriores, también se pueden mencionar como características (Wikipedia.org):

- ✓ Analiza la realidad social descomponiéndola en variables, es particularista.
- ✓ Asume que la realidad social es relativamente constante y adaptable a través del tiempo.
- ✓ Asume una postura objetiva, separando su postura con respecto a los participantes en la investigación y la situación.
- ✓ Asume una realidad social objetiva.
- ✓ Basada en la inducción probabilística del positivismo lógico.
- ✓ Busca cuantificar los datos en los que generalmente se aplica algún tipo de análisis estadístico.
- ✓ Confirmatoria, inferencial y deductiva.
- ✓ Emplea conceptos preconcebidos y teorías para determinar qué datos van a ser recolectados.
- ✓ Emplea métodos estadísticos para analizar los datos.
- ✓ Emplea procedimientos de inferencia estadística para generalizar las conclusiones de una muestra a una población definida.
- ✓ Estímulo-respuesta
- ✓ Estudia conductas y otros fenómenos observables.
- ✓ Estudia el comportamiento humano en situaciones naturales o artificiales.
- ✓ Estudia poblaciones o muestras que representen poblaciones
- ✓ Genera datos numéricos para representar el ambiente social.
- ✓ Generaliza hechos o datos, infiere más allá de los datos.
- ✓ Medición penetrante y controlada.
- ✓ Objetiva.
- ✓ Observa relaciones causales entre fenómenos sociales desde una perspectiva mecanicista.
- ✓ Orientada al resultado.
- ✓ Prueba teorías o hipótesis.
- ✓ Realidad estática.

En la presente investigación se aplicará una encuesta entre varios individuos.

Enfoque cualitativo

Este enfoque utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de la investigación en el proceso de interpretación.

El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre la investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados, ni completamente predeterminados. No se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico. La recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes.

Otras características de este método son:

- ✓ Es inductiva.
- ✓ Perspectiva holística.
- ✓ Sensibilidad hacia los posibles efectos debidos a la presencia del investigador.
- ✓ Comprensión de las personas dentro de su propio marco de referencia.
- ✓ Métodos humanistas.
- ✓ Todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
- ✓ Es un arte.
- ✓ Los estudios cualitativos tienden a estar enfocados.
- ✓ El yo -propio investigador- como instrumento.
- ✓ Carácter interpretativo.
- ✓ Atención a lo concreto, al caso particular.
- ✓ Es creíble gracias a su coherencia intuición y utilidad instrumental.

El plan de negocios que se realizará en la presente investigación incluirá una entrevista a un directivo de la Asociación Estudiantes Cristianos Unidos, con la cual se pretende conocer las necesidades de la organización desde el punto de vista de su Junta Directiva.

Diseño de la investigación

El diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

El diseño de la investigación es no experimental.

La investigación no experimental corresponde a estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural.

En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación a la que son expuestos varios individuos. Esta situación consiste en recibir un tratamiento, una condición o estímulo bajo determinadas circunstancias, para después evaluar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento o tal condición. Por decirlo de alguna manera, en un experimento se construye una realidad.

En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental, las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables, ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

Población

Es necesario delimitar la población que va a hacer estudiado y sobre la cual se pretende generalizar los resultantes.

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

La población sobre la que realizaremos el cuestionario son estudiantes de universidades y profesionales egresados de alguna institución educativa que hayan sido militantes de la organización mientras fueron estudiantes.

Muestra

Para seleccionar la muestra lo primero que hay que hacer es definir la unidad de análisis. Una vez definida se delimita la población.

Para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectaran datos y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión este deberá ser representativo de dicha población. (Sampieri, Collado, & Lucía, 2010)

La muestra debe ser estadísticamente representativa.

En la investigación que se desarrolla, se tomará una muestra de al menos 50 personas estudiantes de universidades y profesionales egresados de alguna institución educativa que hayan sido militantes de la organización, mientras fueron estudiantes.

El tipo de muestra es probalística, puesto que los resultados de la muestra servirán para tomar decisiones en cuanto al plan de negocios.

Recolección de datos

Recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Este plan incluye determinar:

- ✓ ¿Cuáles son las fuentes de donde se obtienen los datos?
- ✓ ¿En donde se localizan tales fuentes?
- ✓ A través de cuáles métodos vamos a recolectar la información.
- ✓ Una vez recolectados de qué forma vamos a prepararlos para que puedan analizar y responde al planteamiento del problema.

En el plan de negocios que se desarrolla, se recolectaran los datos de la muestra de la población indicada supra, utilizando el método del cuestionario, con lo cual se determinará la viabilidad del plan de negocios.

El cuestionario presentará preguntas cerradas y abiertas.

Cuadro N° 1

Cuadro de operacionalización de las variables

Objetivos Específicos	Variable	Indicador	Conceptualización	Instrumentalización	Operacionalización
A. Identificar las fuentes de ingreso de ECU	Problema financiero	Detalles de ingresos y gastos	Es necesario conocer las fuentes de ingreso y los gastos de ECU para determinar el origen del problema financiero.	La variable será evaluada a través del instrumento de investigación cualitativa por medio de una entrevista con un directivo de ECU.	Se concretará reunión con el directivo a fin de que proporcione los datos de todos sus ingresos y gastos
B. Desarrollar un plan de apoyo financiero para ECU	Plan de apoyo financiero	Varias opciones de ventas de bienes y servicios	El desarrollo y aplicación de un plan de apoyo financiero ayudaría a ECU en la ejecución y puesta en práctica del Plan de Negocios.	La variable será evaluada a través del instrumento de encuesta, el cual se aplicará a un público seleccionado para constatar su criterio acerca de desarrollar un plan de emprendedurismo social, en ECU.	Se tendrá comunicación con los directivos de ECU para determinar un plan de negocios viable.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se aplicó el instrumento de la entrevista a la señora Johanna Avendaño Mena, tesorera de la Junta Directiva de la Asociación Estudiantes Unidos Cristianos. También se utilizó como instrumento las encuestas.

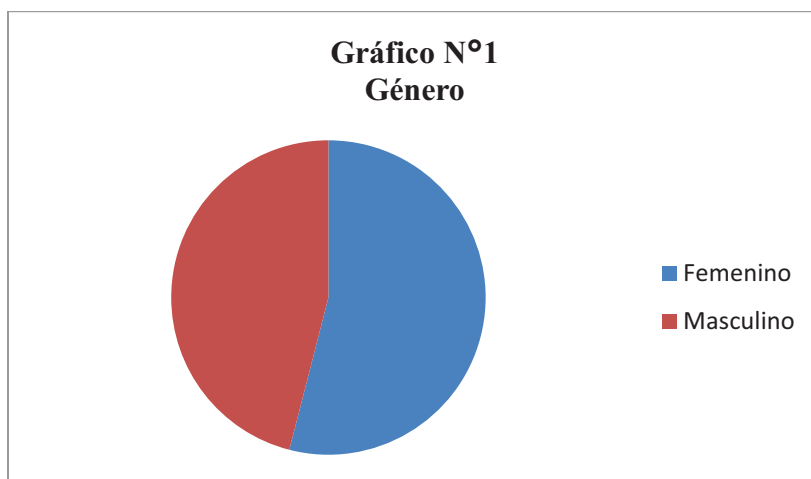
Las encuestas fueron aplicadas a un total de 50 personas donde un 54 % corresponden al género femenino y un 46% son masculinos, tal y como se muestra de seguido.

Tabla N° 1

Género

Género	Porcentaje
Femenino	54,00
Masculino	46,00
Total	100,00

Fuente: Elaboración propia, 2014



Fuente. Elaboración propia, 2014

Respecto a la edad del grupo encuestado, la mayoría son mayores de 30 años, seguidos por los que se encuentran entre los 25 y 30 años, para terminar con los encuestados que se encuentran entre 17 y 25 años. No se incluye dentro de la muestra a personas menores de 17 años. De seguido se detalla la información recolectada al respecto.

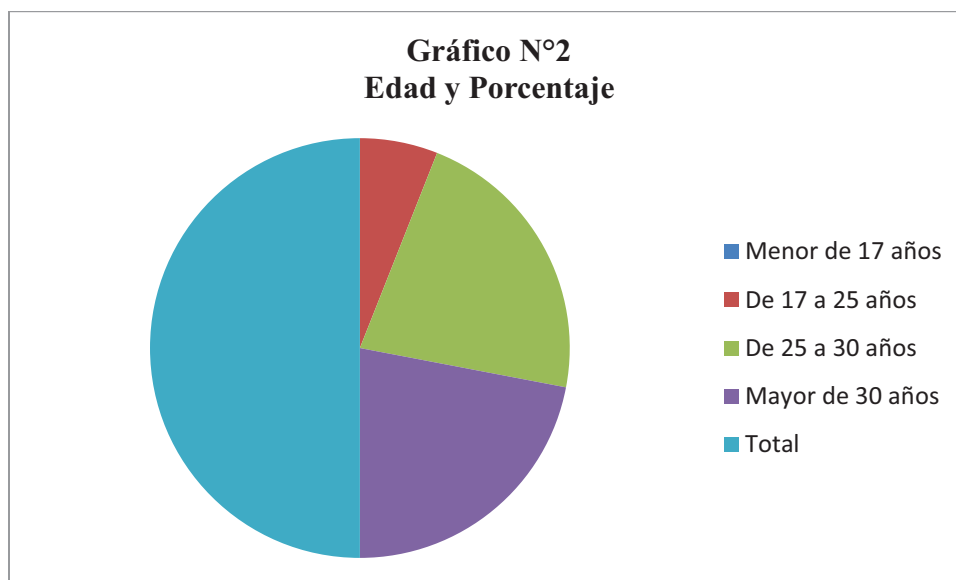
Tabla N° 2

Edad

Edad	Porcentaje
Menor de 17 años	0
De 17 a 25 años	20
De 25 a 30 años	38
Mayor de 30 años	42

Fuente: Elaboración propia, 2014

Gráfico N°2
Edad y Porcentaje



Fuente. Elaboración propia, 2014

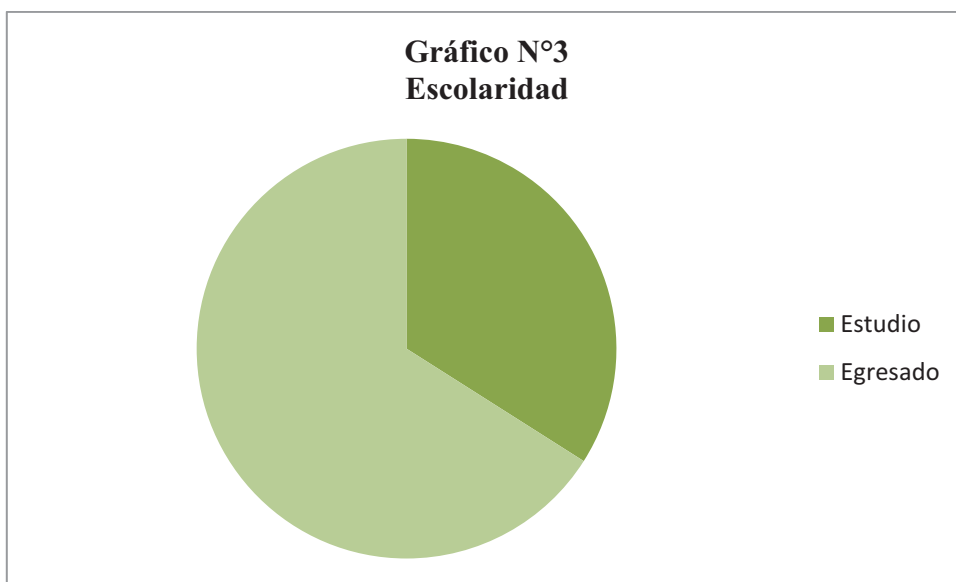
A los encuestados se les consultó su nivel de escolaridad, al respecto un 66% son egresados y un 34 % son estudiantes.

Tabla N° 3

Escolaridad

Escolaridad	Porcentaje
Estudio	34
Egresado	66

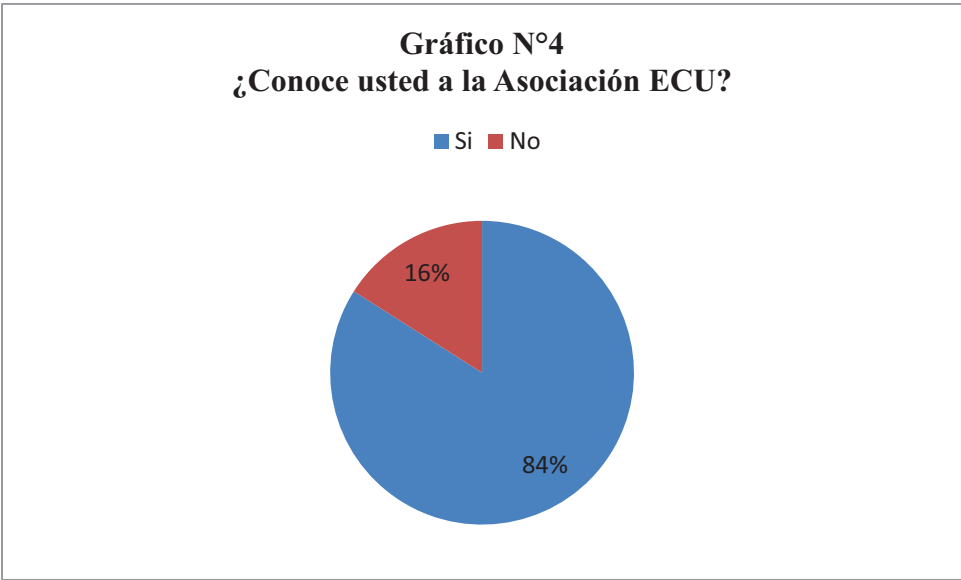
Fuente: Elaboración propia, 2014



Fuente. Elaboración propia, 2014

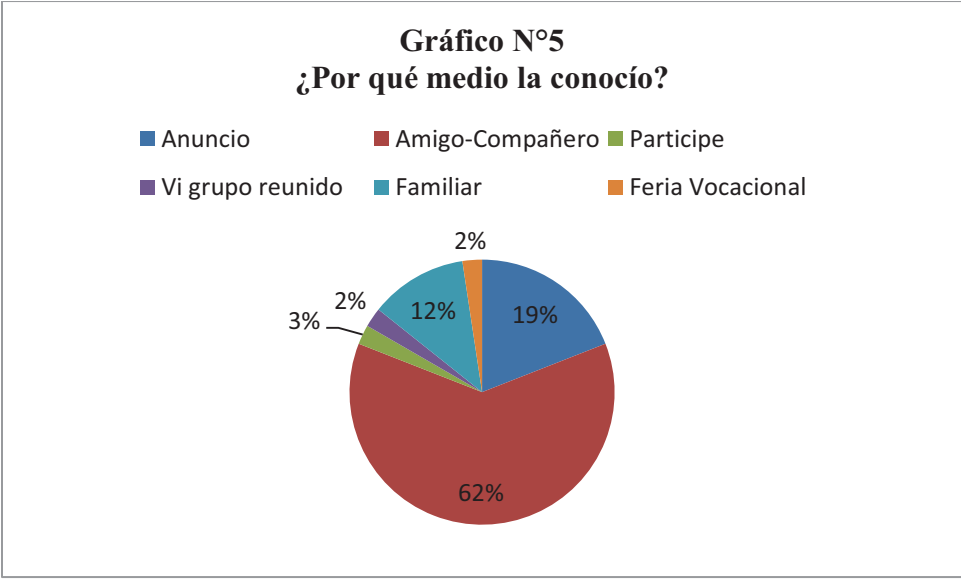
La escolaridad es importante puesto que ECU es una organización para los estudiantes, que trata de mantenerlos vinculados a la organización, una vez que son egresados.

Del total de los encuestados, el 84% conoce la Asociación Estudiantes Cristianos Unidos, lo que demuestra que el conocimiento de los que están en un centro universitario o son egresados respecto de la organización es significativo, solo el 16% no la conoce.



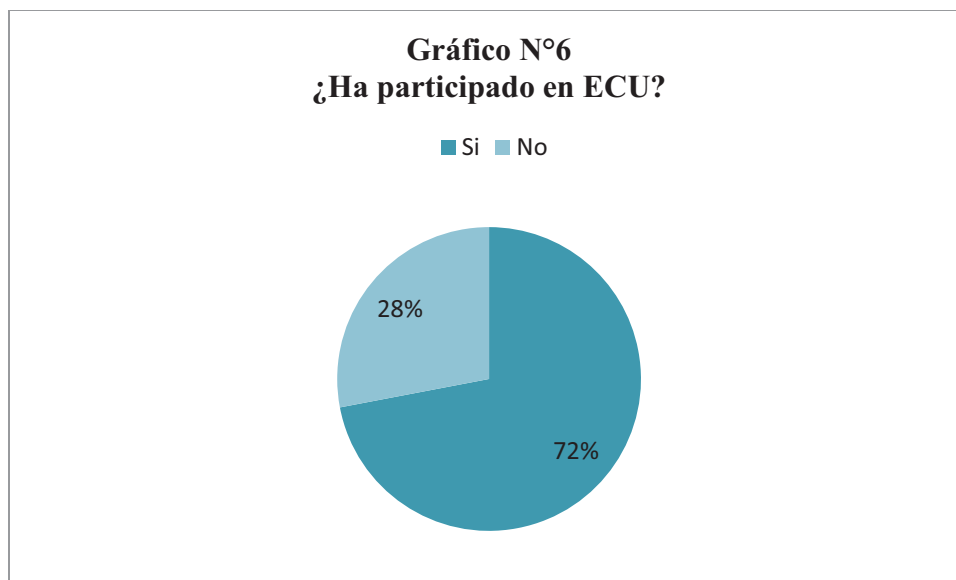
Fuente: Elaboración propia, 2014

En cuanto a los que conocen la Asociación, el medio por el cual la conocieron las respuestas fueron diversas, sin embargo, se caracteriza porque la mayoría la conocieron por medio de amigos o compañeros, algunos señalan que la conocieron por medio de anuncios (carteles) familiares, feria vocacional y otros la conocen al ver a los grupos reunidos en la Universidad.



Fuente. Elaboración propia, 2014

En cuanto a la participación en la Asociación, el 72% de los encuestados ha participado en la organización y un 28% no lo ha hecho.



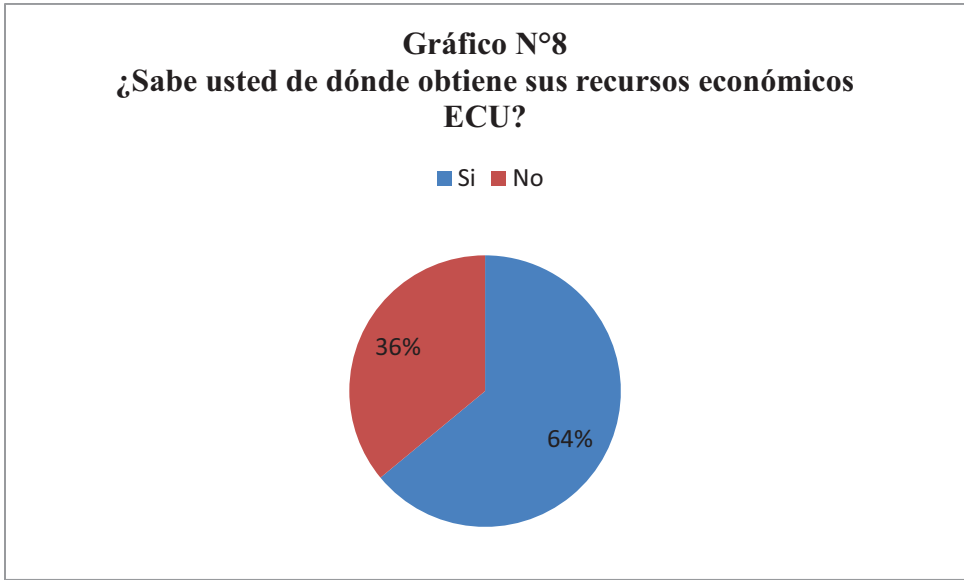
Fuente. Elaboración propia, 2014

La población encuestada tiene un alto conocimiento del objetivo de la Asociación.



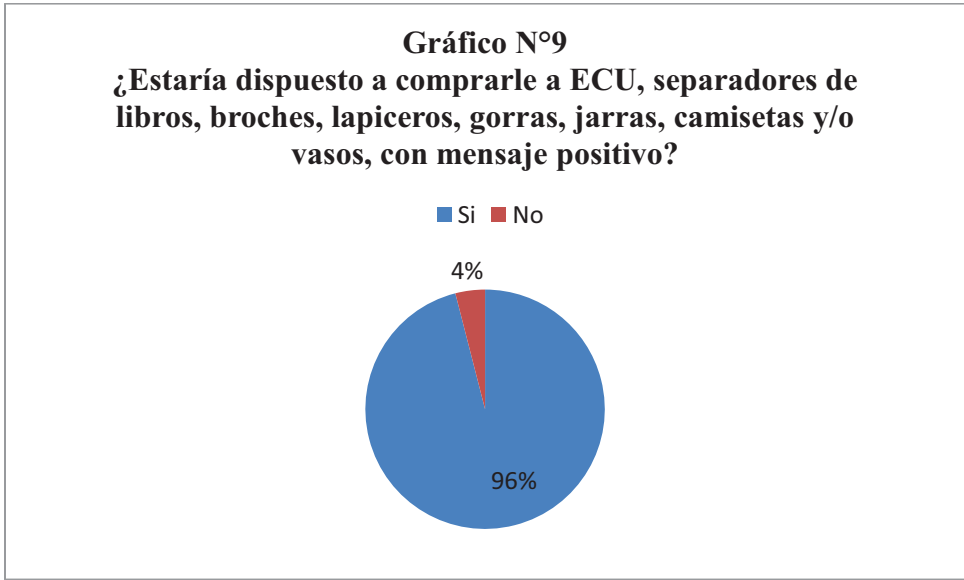
Fuente. Elaboración propia, 2014

En igual sentido, conocen de donde la Asociación obtiene sus recursos económicos, tal y como se observa de seguido.



Fuente. Elaboración propia, 2014

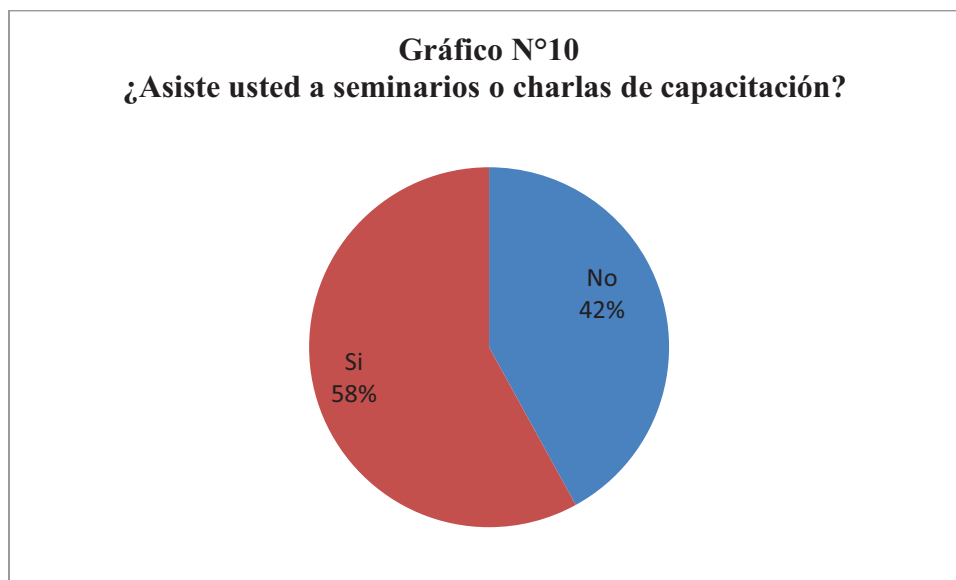
De la población encuestada, el 96% estaría dispuesto a comprarle a la Asociación separadores de libros, broches, lapiceros, gorras, jarras, camisetas y vasos, con mensaje positivo. Véase el siguiente gráfico.



Fuente. Elaboración propia, 2014

También se consultó sobre la realización de seminarios y si estarían dispuestos a participar en los mismos, si fueran organizados por ECU.

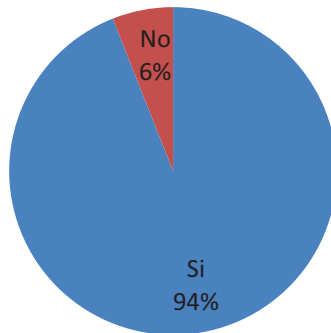
El tema de las capacitaciones es de interés por la posible realización de los mismos por ECU. Para ello es de interés conocer cuántos de los encuestados asisten a seminarios o charlas de capacitación, obteniendo como resultado que el 58% asisten a charlas. El gráfico N°10 aporta el detalle de dicha información.



Fuente. Elaboración propia, 2014

A pesar de que no todos asisten a seminarios, el 94% de los encuestados menciona que si ECU organiza un seminario ellos asistirían.

Gráfico N°11
¿Le gustaría participar de estos seminarios o charlas de capacitación?



Fuente. Elaboración propia, 2014

Los temas en los que les gustaría capacitarse son variados. Los mencionados por los encuestados son:

Misión estudiantil y discipulado

Liderazgo cristiano
 Misiones, evangelismo, enseñanza

Mayordomía
 Liderazgo

¿Cómo estudiar la Biblia?

Valores según diferentes credos

Ser emprendedor, temas de familia, relaciones con compañeros del trabajo

Interpretación bíblica, la vida de Jesús, teología.

Consejería, discipulado
 ¿Cómo mantenerse firme en la fe?

Teológicos

Estudios Bíblicos

Teología Biblia
Liderazgo feminismo-
teológico etc.

Liderazgo servicio

Familia

Discipulado, cómo
levantar fondos, apoyo
a obra pionera

Apologética

Historia bíblica,
liderazgo

La vida de Cristo

Seminarios de
exposición bíblica,
Mayordomía de
recursos y sexualidad
para trabajar con
adolescentes

Bíblicos

Evangelización

Misiones

¿Cómo hacer
discípulos? Estudios de
la biblia. Entre otros.

Estudios bíblicos

Sabiduría de Dios

Impuestos

Finanzas

Gestión y dirección de
Proyectos

Sociales.

sociales

Humanismo

Herramientas

modernas de
administración, por
ejemplo

Manejo de imagen

Negocios

Recursos humanos

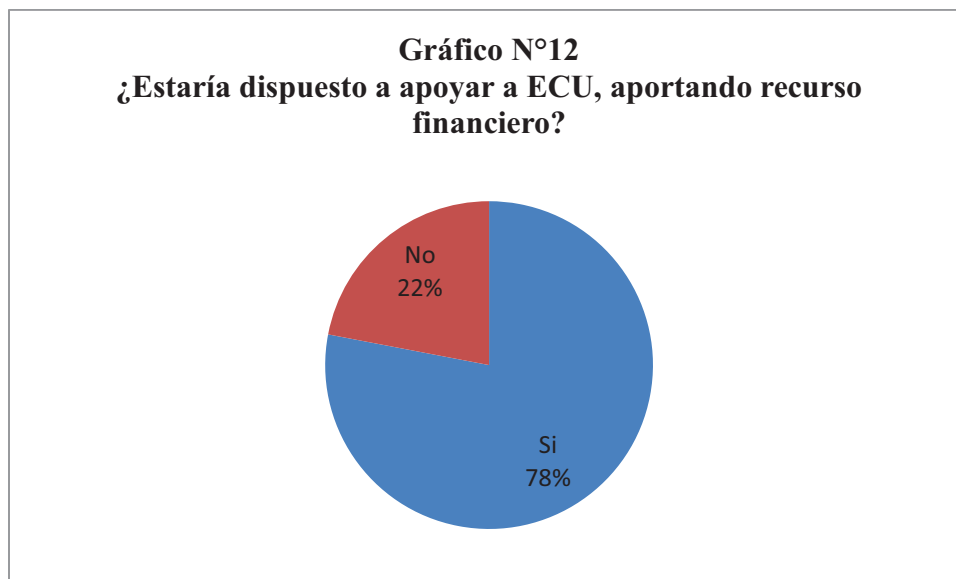
Negocios

Finanzas

El resto de los encuestados no señaló de forma específica un tema, indicando que les gustaría capacitación en varios temas.

Asimismo, el 100 % de los encuestados manifestó que si ECU organiza un seminario de su interés, ellos asistirían.

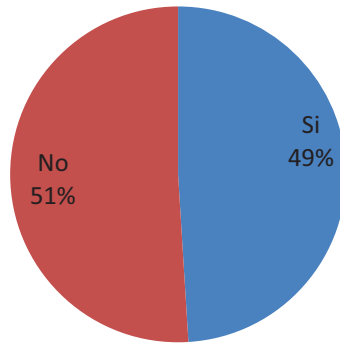
Bajo el mismo enfoque de apoyo económico, se les consultó a los encuestados si estarían dispuestos a aportar recurso económico a favor de ECU, a lo cual la mayoría indicó que sí.



Fuente. Elaboración propia, 2014

En cuanto a la posibilidad de que se les debitará de su cuenta bancaria directamente el apoyo a ECU, el 52 % indicaron que no, contra un 48% que indicó que sí.

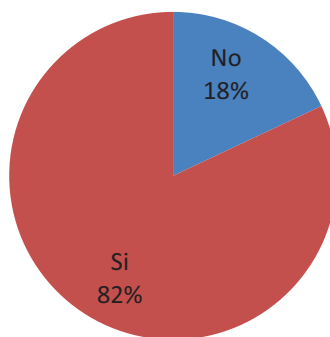
Gráfico N°13
¿Estaría dispuesto a que le debiten de su cuenta de forma automática su aporte a ECU?



Fuente. Elaboración propia, 2014

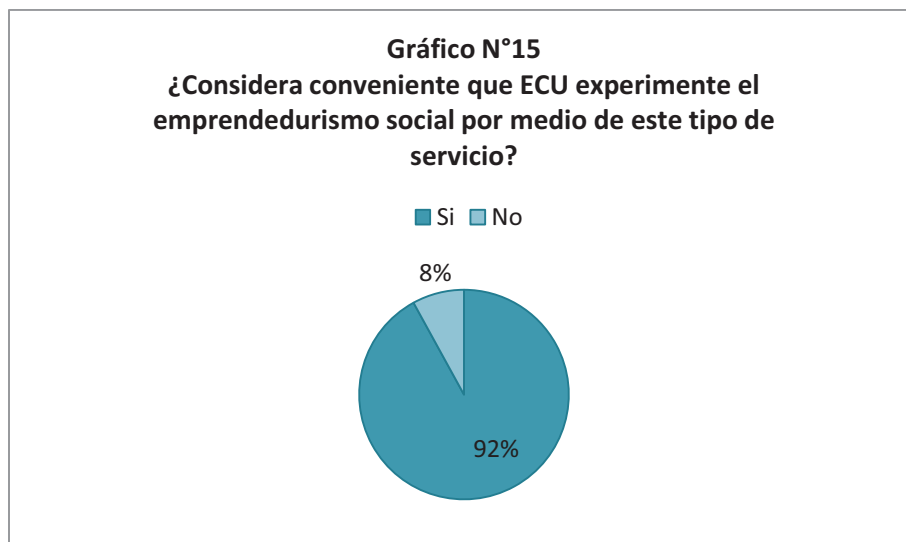
Aparte del aporte económico, se preguntó si estarían dispuestos a donar recurso humano, teniendo como respuesta un sí en un 82%; el gráfico siguiente lo demuestra:

Gráfico N°14
¿Estaría dispuesto a apoyar a ECU, aportando recurso humano?



Fuente. Elaboración propia, 2014

Por ser el presente trabajo de emprendedurismo social, se les consultó a los encuestados si consideraban conveniente que ECU experimente el emprendedurismo social por medio de seminarios de capacitación o venta de artículos con mensaje positivo, teniendo como respuesta lo siguiente.



Fuente. Elaboración propia, 2014

Se observa que es bien aceptado el emprendedurismo para la organización, lo cual podría traducirse en apoyo.

En cuanto a la pregunta abierta, se les preguntó: ¿Tiene usted algún comentario adicional?

A este respecto no todos los encuestados se manifestaron, sin embargo, los que sí lo hicieron se refirieron a la consulta en los siguientes términos:

- ECU tiene grandes retos no solo en la obra estudiantil, sino a nivel administrativo y de comunicación.
- Si es necesario buscar fondos para ECU.
- El ministerio requiere de una estrategia de desarrollo a nivel financiero y del recurso humano, en donde se potencie el capital humano existente (los egresados) y se forme de manera proactiva a los estudiantes, en distintas áreas de desarrollo, tales como: estudio bíblico, desarrollo de habilidad blandas, servicio a la sociedad, trabajo en equipo, etc.
- Es importante el apoyo del grupo a los estudiantes.
- ECU es una familia que crece cada día pese a llamada al servicio y a la contra cultura.
- Sigamos adelante ;)
- ¡Me parecen excelentes ideas!

- La respuesta a la última pregunta es sí, si existieran los recursos y el tiempo para realizarlos, Porque la obra estudiantil, la atención particular de los estudiantes y de los diferentes grupos a lo largo del país requiere de una gran dedicación de tiempo y energía.
ECU es en esencia un ministerio evangelístico para estudiante, y nosotros los egresados deberíamos colaborar para que esta misión no se desvirtúe... es simplemente mi opinión.
- Me preocupa que el movimiento esté mermando a nivel nacional. NO sé si aún existen colegios que nos representen.

Los resultados de la encuesta anterior demuestran que efectivamente la investigación dio un resultado favorable para desarrollar un plan de negocios para ECU, el cual sea apoyado por los egresados, estudiantes y en general, por los que conozcan la organización, en primera instancia.

Se logró corroborar el compromiso con el que cuentan los egresados de la organización para con la misma, compromiso que puede verse reflejando en la ejecución del plan de negocios, al adquirir artículos con mensajes positivos y en asistir a charlas, o capacitaciones que pueda organizar ECU.

De acuerdo con la estructura de ECU, ésta se mantiene y funciona con el voluntariado, teniendo únicamente a dos personas a quienes se les remunera por el servicio brindado: secretario general y obrero del Pacífico.

La Tesorera de la Junta Directiva indicó que se han pedido ofrendas, aportes a los que forman parte de la Organización, sin embargo, últimamente ha sido difícil lograr que personas colaboren económicamente.

Está claramente identificado que ECU debe ampliar la forma en la que se financia, para que no quede a la suerte de los ofrendantes únicamente.

Es posible utilizar la voluntad de las personas en servir a la organización para poner en ejecución un plan de negocios, que aumente los ingresos de la misma. Sin embargo, es necesario modificar un poco el funcionamiento de la organización.

CAPÍTULO V. PLAN DE NEGOCIOS

Venta de:

- ✓ Artículos, como: vasos, tazas, lapiceros, camisetas, paños, platos, separadores de libros, con distintos mensajes:

Mensajes positivos, bíblicos, conciencia social, denuncia social, responsabilidad social.

- ✓ Capacitaciones en temas espirituales.

Proyecto y objetivo

Se pretende crear un plan de negocios de venta de artículos con mensaje positivo y capacitaciones en temas de interés, con el fin de que la organización sea autosuficiente.

En general, se pretende que el negocio sea viable y sostenible.

Misión

Promover la venta de artículos con mensaje positivo y capacitaciones en temas de interés, entre las personas vinculadas con la organización, en primera instancia, con el objetivo de darlo a conocer al público en general.

Visión

Que la organización ECU tenga una cartera de clientes fija para la venta de sus artículos y capacitaciones

Objetivos

- Crear cartera de clientes.
- Establecer clientes fijos y satisfechos.
- Vender artículos de calidad.
- Dar charlas que sean productivas en el crecimiento de los asistentes.

Venta y mercadeo

Se enviará a los correos electrónicos de éstos, un banners promocionando la incursión de ECU en el comercio, con el objetivo de procurarse mayores ingresos. Asimismo, se utilizarán las cuentas de Facebook oficiales de la organización.

Lo que se persigue con el presente plan de negocios es, poder promocionar entre las personas vinculadas con ECU la venta de artículos con mensaje positivo así como la venta de charlas.

Clientes

En primera instancia, se promocionarán las ventas entre las personas vinculadas a la organización, para que sean estos los que atraigan más personas a consumir y/o utilizar los productos y servicios que ECU brindará.

A través de los resultados de la encuesta aplicada, se puede comprobar el compromiso de las personas vinculas al movimiento y de aquellos que no lo están en compras artículos con mensajes positivos y asistir a capacitaciones en temas que les sean de interés.

Competencia

Existen en el mercado productos a la venta como los que pretende ECU y empresas que brindan servicios de capacitación, por lo que ECU debe esforzarse en procurar sus ventas.

FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
El voluntariado entre los vinculados a la organización, los cuales pueden liderar las ventas.	Pocos recursos económicos.
Las personas vinculadas con el movimiento son significativas en cantidad.	La organización no es tan conocida.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Existen personas dispuestas a adquirir los productos y asistir a las charlas.	Que el costo para realizar una charla sea elevado, al pagarse: Lugar, alimentación, instructor
El uso del Facebook y correo electrónico para realizar ventas.	Que hayan muchos competidores en el medio.

Fuente: Elaboración propia, 2014

Política de servicio al cliente.

El principio rector de las ventas y servicio a ofrecer por ECU, será de excelencia total.

Se pretende dejar una buena experiencia en los clientes, buscando la fidelidad de los mismos con los productos de ECU.

Política de precio promociones y descuento.

Para dar a conocer el negocio, se deben tener precios razonables y competitivos, en donde se obtenga un margen de ganancia por la venta de forma razonable.

Se pueden dar muestras de fidelidad a los clientes que logren comprar determinada cantidad al trimestre.

A los que son estudiantes, se les puede dar un descuento especial de forma permanente.

En cuanto a los seminarios, es recomendable que para iniciar se realicen al menos dos seminarios por semestre.

Política de publicidad.

- Redes sociales: Facebook
- Correos electrónicos
- Grupo de WhastApp
- Boca en boca
- Obreros

Política de estrategia de ventas.

De servicio y calidad de primera siempre.

Política de Recurso Humano

Como ECU no cuenta con personal remunerado (salvo dos) las ventas deberán ser impulsadas por las personas vinculadas al movimiento, estudiantes o egresados, en condición de voluntarios.

Se recomienda nombrar una persona que sea la líder general de las ventas. Es recomendable que la persona tenga experiencia en ventas, en administración de proyectos o que sea egresado o curse la carrera de administración de negocios.

Los grupos de ventas deberán reportarle a ésta persona, durante su tiempo de gestión.

Se recomienda formar al menos cuatro grupos, los cuales tendrán a cargo las ventas de un trimestre determinado.

Trimestre del año	Grupo-impulsador de las ventas
Trimestre I. Ene-marz	Grupo 1
Trimestre II. Abr-Jun	Grupo 2
Trimestre III. Jul-set	Grupo 3
Trimestre IV. Oct-dic	Grupo 4

Los grupos impulsores de ventas tendrán a cargo la planificación y realización de las ventas, en el plazo asignado. Debiendo reportar o comunicar cualquier problema al líder general de ventas, quien deberá rendir informe a la Junta Directiva.

Todo el trabajo deberá realizarse con voluntarios, por lo tanto, no implicará un costo para la organización, en cuanto al pago de salarios, salvo el pago de los capacitadores, los cuales podrán cobrar por impartir las charlas.

Este plan de negocios implica adicionar a la estructura existente de la organización, un departamento de ventas o algo similar. Ello requerirá de parte de la Junta Directiva, secretario general, obreros, estudiantes y egresados un compromiso con dicho cambio.

Aspectos legales y societarios

Inscripción como contribuyentes del impuesto sobre las ventas por la venta de artículos gravados.

Como las ventas se harán vía internet no se requerirá local comercial, por lo tanto, no deberá solicitarse licencia en la Municipalidad.

Plan de Inversión

La inversión inicial no es significativa.

No se requiere altas inversiones.

En cuanto a los seminarios

Para determinar el costeo de los seminarios, es necesario determinar al menos el número de asistentes, las horas de la charla, el costo del capacitador.

En cuanto al lugar en donde se desarrollará la charla, se recomienda en la mayoría de los casos buscar un lugar que sea prestado.

Se recomienda iniciar con charlas de pocos asistentes, aunque anualmente se puede realizar un evento más grande.

Cuadro N° 2

Costeo para charla de 4 horas

Asistentes	Pago del capacitador	Alquiler de local	Alimentación	Total Inversión	Ganancia ECU	
15 personas	€ 80.000 €20.000 p/h	€ 0	€20.000*	€100.000	50%	€50.000

*Café (Bolsa de café. €2.500,00), azúcar (€1.000,00) frescos (€5.000,00), servilletas (€700,00), vasos, platos y palitos (€3.000,00), bocadillos (€7.800,00).

El costo por asistir a la charla sería de €10.000,00, siendo que ECU obtendría una ganancia de al menos €50.000,00.

No se requiere inversión inicial por parte de la organización, ya que con el pago que harán los asistentes se podrá sufragar el costo del mismo.

Si el capacitador, es parte de la organización, puede donar su tiempo con lo cual las ganancias aumentarían, o bien, podrá disminuirse el costo del evento, siempre que ECU, mantenga la ganancia del 50%.

Se realizaría una charla de este tipo, cada tres meses. El ingreso anual sería de al menos €200.000,00 por este concepto.

En cuanto a la venta de artículos

Se recomienda realizar un catálogo virtual, en donde se muestren los productos a vender. El catálogo puede realizarse trimestralmente.

Se circula el catálogo, se hacen los pedidos, y se entregan en un plazo de 15 días después de solicitados.

Esto es importante porque no se deben llevar inventarios o artículos que no se vendan.

Los productos pueden venderse con servicio de entrega incluido o sin él, el pago debe realizarse previamente, mediante depósito bancario, y se debe acordar el lugar en donde se entregarán.

Se debe empezar con metas escalonadas, de poco a más.

Es claro que el trabajo se debe realizar con voluntarios, por lo tanto, estos deberán organizarse para dedicarle tiempo a la coordinación de las ventas de la organización.

A pesar de que se está iniciando, se pueden poner metas a los grupos de ventas.

Se recomienda que las ventas alcancen un monto de ₡50.000 colones mensuales como mínimo, con lo cual al año se espera recaudar un monto de ₡600.000 colones.

Conclusiones del plan de negocios

Tomando en cuenta lo expuesto, haciendo un análisis financiero y de acuerdo con la investigación realizada sobre la organización, es viable que ECU experimente el emprendedurismo social, incursionando en actividades que no ha realizado.

El Plan de Negocios, que se presenta, es un gran reto y no hará a la organización auto sostenible a corto plazo, por el modelo de gestión y la estructura bajo la cual opera actualmente.

Sin embargo, representa un inicio para procurarse ingresos de otra forma que no sean los aportes de estudiantes egresados de las universidades y que continúan vinculados a la organización. Sin embargo, a largo plazo la organización puede crecer financieramente, si logra implementar el plan de negocios de forma exitosa.

Recomendaciones del plan de negocios

- ✓ Modificar la estructura funcional de ECU, incorporando un grupo de ventas.
- ✓ Aprovechar el voluntariado en la organización.
- ✓ Crear una imagen de calidad en los artículos vendidos y en las charlas a impartir.
- ✓ Continuar con el desarrollo de ideas creativas e innovadoras que otorguen un valor agregado financieramente a la organización.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez terminado el estudio, el resultado de los objetivos son los siguientes:

CONCLUSIONES

Las asociaciones sin fines de lucro se enfrentan a una difícil situación económica, si no tienen una estructura financiera sólida.

Los fines de las asociaciones pueden ser muy altruistas y de bienestar social, sin embargo, si las mismas no cuentan con los ingresos financieros para materializar sus ideas, es probable que estén destinadas al fracaso.

Es importante que estas organizaciones, al igual que las empresas lucrativas, se estén reinventando, determinando nuevas formas de obtener ingresos para dar fiel cumplimiento a sus fines.

Una vez terminada la investigación, en relación con los objetivos planteados, se puede concluir:

I. De los ingresos de la Asociación

Los ingresos de la organización ECU, son insuficientes para el cumplimiento de sus fines. No cuentan con ayuda gubernamental ni patrocinio.

El único ingreso con el que cuenta la Organización, lo obtienen de personas vinculadas ECU, estudiantes egresados –hoy profesionales- que estuvieron vinculados al movimiento siendo estudiantes, o que se han vinculado siendo profesionales.

Sin embargo, el aporte que realizan es inestable, el apoyo económico no es siempre, lo cual hace más crítica la situación financiera de la organización.

Nunca, durante el tiempo que tienen de existir como organización, han incursionado en otros medios para procurarse ingresos, de modo que siempre han dependido de la buena voluntad de las personas vinculadas a la organización.

La organización funciona con el voluntariado, salvo dos personas a quienes se les remunera por el servicio brindando. Sin embargo, la remuneración es poca en comparación al servicio brindado.

Quienes se han visto más afectados por la difícil situación económica lo fueron los estudiantes, pues se les ha reducido el monto que la organización les asigna para desarrollar sus actividades.

II. Del plan de negocios

La estructura organizacional de la Asociación no permite implementar el plan de negocios en los términos aquí planteados.

ECU cuenta con una Junta Directiva, un secretario general y obreros para cada grupo. Para la implementación del Plan de Negocios se recomienda adicionar a la estructura actual, una división de ventas.

Los resultados de la encuesta, demuestran que el 92% de los encuestados se mostraron favorables a que ECU experimente el emprendedurismo social, ello va de la mano con el resultado favorable (96%) de los encuestados en adquirir artículos vendidos por ECU o en asistir a las charlas desarrolladas por la Asociación.

Se recomienda que ECU inicie paulatinamente con la implementación del plan de negocios. Debiendo apoyarse en un 100% en el voluntariado, pues no cuenta con personal fijo a quién encargarle dicha labor.

La encuesta demostró que el 92% de los encuestados estarían dispuestos a aportar recurso humano a la Asociación. Se torna importante el papel del voluntariado en la Asociación, siendo ellos los que deberán llevar adelante la ejecución del Plan de Negocios de la mano con la Junta Directiva.

La investigación realizada arroja como resultado que la Asociación no puede ser auto sostenible a corto plazo, incluso el Plan de Negocios que se plantea, no convierte a la organización en auto sostenible.

Si bien es cierto, se logra diseñar un plan de negocios para la organización el mismo no convierte a la misma en auto sostenible, sin embargo su implementación, será de gran importancia para generar ingresos extra a ECU. Ingresos con los cuáles no cuenta actualmente.

La implementación del plan de negocios debe ir de la mano con el aporte económico que de forma voluntaria realizan personas vinculadas a la Asociación.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las conclusiones de la investigación, se recomienda que la Asociación ECU, amplíe las formas de procurarse recursos económicos.

Se recomienda que la organización aproveche el voluntariado dentro de los estudiantes y egresados vinculados con la Asociación.

La Asociación no debe perder de vista su misión en los centros educativos, por ello, la búsqueda de recursos económicos debe ser liderada por alguien que no sea ni obrero, ni el secretario general.

Tomando en cuenta los resultados favorables de la encuesta realizada, y la entrevista llevada a cabo con la Tesorera de la Junta Directiva de la Asociación, se recomienda que ECU, ponga en marcha el plan de negocios aquí expuesto. El éxito del mismo dependerá del apoyo que reciba en primera instancia de las personas vinculadas al movimiento, obteniendo resultados favorables conforme se perfeccione el mismo.

Se recomienda que la Asociación instaure programas de auto evaluación, de forma que este innovando en los artículos que ofrece y en las charlas que ofrecerá.

El Plan de Negocios recomendado es viable y sostenible, en el tanto sea apoyado por todos los órganos de la Asociación.

Procurándose ingresos adicionales la Asociación puede continuar apoyando a los estudiantes, en cumplimiento de sus fines.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Díez Gutiérrez, E. (2014). *La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo*. Cuadernos De Pedagogía, 50-53.

Facultad de Ciencias Veterinarias. (s.f.). **Obtenido de**
http://www.fvet.uba.ar/postgrado/especialidad/power_taller.pdf

Leadbetter, C. (1997). *The Rise of the social entrepreneur*. London: Demos.

Ministerio de Fomento Industria y Comercio. (25 de octubre de 2014). Recuperado el 25 de octubre de 2014, de
<http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=RExADxpSSel%3D&tabid=574&language=es-NI>

Procuraduría Agraria de México. (s.f.). Recuperado el 26 de octubre de 2014, de
http://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprededurismo.pdf

Real Academia Española. (25 de octubre de 2014). Recuperado el 26 de octubre de 2014, de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=>

Salinas Ramos, F. &. (2012). *Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación*. Revista De Economía Pública, Social y Cooperativa, 129-151.

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucía, P. B. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. 5). Ciudad de México: McGrawHill.

Santos, F., Barroso, M., & Guzman , C. (2013). *La economía global y los emprendimientos sociales*. Revista de economía mundial, 177-196.

TodoMarketing. (24 de octubre de 2014). todomktblog. Recuperado el 24 de octubre de 2014, de
<http://www.todomktblog.com/2014/01/emprededurismo.html>:
<http://www.todomktblog.com/2014/01/emprededurismo.html>

TodoMarketing. (enero de 2014). www.todomktblog.com. Obtenido de
<http://www.todomktblog.com/2014/01/emprededurismo.html>

Vernis, A., & Casasnovas, G. (2011). *Ecosistemas y Emprendimientos Sociales*. Incae Business Review, 2-6.

Wikipedia.org. (s.f.). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_cuantitativa

