

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERA E
INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:
“DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA INCREMENTAR
LA PARTICIPACIÓN DE VOLUNTARIADO EN LA FUNDACIÓN JATUN
SACHA EN LA CIUDAD DE QUITO”**

**AUTORES:
BLANCA INÉS AGUIRRE HERRERA
GABRIEL IVÁN ORBE NARVÁEZ**

**DIRECTORA:
MARÍA BELÉN BOLAÑOS ARÉVALO**

Quito, mayo de 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD PARA EL USO DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo de 2015

.....
Blanca Inés Aguirre Herrera
C.C. 1725148595

.....
Gabriel Iván Orbe Narváez
C.C. 1724620172

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios que me dio la fuerza y la fe para terminar esta etapa de mi vida; de igual manera este triunfo es para mi padre Galo Pedro Aguirre, quien en vida fue mi apoyo y mi fuerza, dándome siempre el empuje para nunca dejarme caer ante ningún obstáculo, a mi madre, Luciria Herrera, la cual es mi motor de superación constante. A mi novio Felipe Carrera que ha sido un apoyo incondicional en mi vida, a mi hermana Ana María, mis tíos Susanita y Luis, y mis primas Elizabeth y Martha. De la misma manera a los docentes de la Universidad que impartieron sus conocimientos con paciencia para guiarme por un sendero de bien y de éxito profesional.

Blanca Inés Aguirre Herrera.

Dedico esta tesis a mis padres, Guillermo Orbe y Mery Narváez, quienes siempre han sido un apoyo incondicional para llegar a ser profesional. A mis hermanos, Santiago Orbe y Daniel Orbe, y a mis tíos, y a mi familia en general por el apoyo que siempre me brindaron, día a día, en el transcurso de cada año de mi carrera Universitaria. De manera especial a los profesores que han sido un pilar fundamental en mi aprendizaje.

Gabriel Iván Orbe Narváez

AGRADECIMIENTO

Primero y como mas importante, nos gustaría agradecer sinceramente a nuestra directora de tesis María Belén Bolaños Arévalo, por su esfuerzo y dedicación para con nosotros. Sus conocimientos, sus orientaciones, persistencia y paciencia han sido fundamentales en este trayecto final.

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana por habernos impartido todos sus conocimientos, a través de sus docentes y sus valores.

Al director de la Fundación Jatun Sacha, el doctor Iván Morillo, quien nos ofreció su apoyo incondicional con la información para realizar este trabajo..

RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue el diseño de un plan de marketing social para incrementar la participación de voluntariado en la Fundación Jatun Sacha en la ciudad de Quito. Para ello se realizó un análisis de la Fundación y su entorno relacionado, en el cual se evidencio la falta de participación de voluntarios nacionales, a su vez los procesos que retrasan e impiden la promoción de la marca Jatun Sacha.

La fundación tiene el objetivo de captar voluntarios con el fin de poder cubrir las actividades que se realizan en dichas reservas, con el propósito de cubrir el capital humano, con cuidado de la flora y fauna, realizar actividades de reforestación, viveros comunitarios e iniciativas de creación cooperativas, adecuación y creación de criaderos y granjas, capacitación de criaderos de cuyes y apoyo a otras culturas.

Mediante la utilización de métodos estadísticos se realizó la investigación de campo en Universidades, concluimos que el 66% de estudiantes encuestados les gustaría participar en el programa de voluntariado.

Se recomienda a la Fundacion este Plan de marketing social, con la finalidad de aumentar la participación de voluntarios en un 60%, por medio tácticas/actividades carentes en la Fundación, con esto se promueven nuevos proyectos para mejorar los ingresos para sus propias reservas.

La relación beneficio/costo de nuestro trabajo concluye un resultado positivo, ya que por cada dólar que la Fundación invierta se obtendrá 0.49ctvs de rentabilidad, lo cual es un beneficio para nosotros al que igual que para la Fundación Jatun Sacha.

ABSTRACT

The aim of this work was to design a social marketing plan to increase the participation of volunteers in the Jatun Sacha Foundation in Quito. To do an analysis of the Foundation and its related environment in which the lack of involvement of national volunteers was evident, in turn processes that delay and hinder the promotion of the brand Jatun Sacha was performed.

The foundation aims to recruit volunteers in order to cover the activities taking place in these reserves in order to cover human capital, taking care of flora and fauna, reforestation activities, community nurseries and initiatives cooperatives creation, adaptation and creation of nurseries and farms, breeding guinea training and support to other cultures.

Using statistical methods of field research in universities was conducted, we conclude that 66% of surveyed students would like to participate in the volunteer program.

It is recommended to the Foundation this Plan of social marketing, with the aim of increasing volunteer participation by 60%, for tactical medium / lacking activities at the Foundation, with that new projects are promoted to improve the income for their own reservations.

The benefit / cost ratio of our work concludes a positive result, because for every dollar the Foundation invests 0.49ctvs profitability is obtained, which is a benefit for us who like to Jatun Sacha Foundation.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
MARCO TEÓRICO	3
1.1. Marco referencial.....	3
1.1.1. Realidad del Ecuador. Condiciones sociales, empleo, desempleo y explotación de recursos.....	3
1.1.2. El perfil del Ecuador en el medio ambiente. Áreas protegidas en el Ecuador, reservas naturales, galápagos, principales parques naturales. Entre ellas Jatun sacha.....	4
1.1.3. Perfil Político, Legal, Económico de la Gestión Ambiental.	7
1.1.4. Voluntariado en Ecuador	10
1.2 Marco académico.....	10
1.2.1 Marketing	10
1.2.2 Marketing social	11
1.2.3 Marketing ambiental.....	12
1.2.4 Responsabilidad social ambiental.....	14
1.2.5 Como nace la responsabilidad ambiental	14
1.2.6 Importancia en la sociedad y en la empresa	15
CAPÍTULO 2	
ANÁLISIS SITUACIONAL JATUN SACHA	16
2.1. Antecedentes.....	16
2.1.1. Misión.....	16
2.1.2. Visión	17
2.2. Cadena de valor, procesos organización	17
2.3. Microambiente.....	19

2.3.1. Cliente - beneficiarios directos – ambiente (flora y fauna)	19
2.3.2. Competidores – aliados estratégicos	19
2.3.3. Recicla Ecuador	19
2.3.4. Aves y Conservación	20
2.3.5. Centro Ecuatoriano del derecho ambiental.....	20
2.4. Proveedores – materiales – voluntarios	20
2.5. Agencias – representantes – todas las reservas	21
2.5.1. Reservas.....	21
2.6. Públicos	22
2.6.1. Programa de voluntariado.....	22
2.6.2. Lugares para ser voluntarios.....	22

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN	24
3.1. Introducción.....	24
3.2. Enunciado del problema	24
3.3. Sistematización del problema.....	24
3.4. Enunciado del objetivo	25
3.4.1. Objetivo general	25
3.4.2. Objetivos específicos.....	25
3.5. Marco conceptual	25
3.5.1. Conciencia social de las personas hacia un enfoque ambiental	26
Conciencia social de las personas hacia un enfoque ambiental	26
3.6. Interrogantes de la investigación	27
3.6.1. <i>Management Questions</i>	27
3.7. Hipótesis	28
3.8. Segmentación de la población	28
3.8.1. Definición metodológica de muestreo.....	28

3.8.2. Muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador	28
3.9. Diseño de las herramientas de investigación.....	29
3.9.1. Encuesta.....	29
3.9.2. Resultados de la investigación.....	32
3.9.3. Entrevista.....	46

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
4.1. Evaluación de las hipótesis.....	49
4.1.1. Hipótesis 1.....	49
4.1.2. Hipótesis 2.....	50
4.1.3. Hipótesis 3.....	52
4.1.4. Hipótesis 4.....	53
4.2. Fortalezas.....	54
4.3. Debilidades.....	54
4.4. Oportunidades.....	55
4.5. Amenazas.....	55
4.6. Síntesis del análisis situacional	55
4.6.1. Matrices de evaluación.....	55

CAPÍTULO 5

PROPUESTA MERCADÓLOGICA.....	63
5.1. Estrategias de marketing.....	63
5.2. Posicionamiento	63
5.3. Promoción.....	63
5.4. Fidelización	64
5.5. Plaza – cobertura	64
5.6. Aporte táctico – Estratégico	65
5.6.1. Actividades Tácticas.....	65

5.6.2. Alianzas estratégicas con universidades.....	69
5.6.3. Alianzas estratégicas con empresas.....	73
5.6.4. Voluntarios virtuales: gestión de redes sociales para promover la marca Jatun Sacha, sus programas y fomentar voluntariado juvenil.	74
5.6.5. Redes sociales y página web	76
5.6.6. Fidelidad del cliente interno – voluntarios: asignación y diseño de un espacio exclusivo de los voluntarios, bajo su propio concepto de diseño de interior y de baja inversión bajo la práctica de reciclaje.....	81
5.6.7. Crear el proyecto “Apadrina a un Gigante Verde”: Programa generador de recursos para la sustentación de operaciones	83
5.6.8. Crear el programa “Siembra un Pulmón”: Financiamiento de operaciones	88
5.6.9. Programa de reconocimiento a mérito, 1 vez al año.	91
5.7. Análisis financiero.....	94
5.7.1. Fuente de financiamiento	94
5.7.2. Detalle de ingresos de actividades continuas	95
5.7.3. Flujo de efectivo	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Factores de éxito	56
Tabla 2. Matriz PAI	57
Tabla 3. Matriz PAI 2	58
Tabla 4. Matriz EAI	59
Tabla 5. Matriz PAE	60
Tabla 6. Matriz PAE 2	61
Tabla 7. Matriz EAE	62
Tabla 8. Matriz PC	62
Tabla 9. Actividad 1	69
Tabla 10. Horas de pasantías profesionales	70
Tabla 11. Horas de pansantías sociales	71
Tabla 12. Capacidad de instalada	71
Tabla 13. Necesidad requerida de voluntarios	72
Tabla 14. Actividad 2	72
Tabla 15. Actividad 3	74
Tabla 16. Horas de pasantía virtual.....	75
Tabla 17. Temporalidad de pasantía virtual	76
Tabla 18. Actividad 4	76
Tabla 19. Actividad 5	81
Tabla 20. Costo de manutención sobre capacidad maxima	84
Tabla 21. Costo de manutencion sobre capacidad actual	84
Tabla 22. Capacidad instalada actual	85
Tabla 23. Incrementos pasantes propuestos al 60%	86
Tabla 24. Costo de manutencion sobre capacidad propuesta a cumplir	86
Tabla 25. Apadrinamiento de árboles emblematicos	88
Tabla 26. Recursos necesarios	88

Tabla 27. Actividad 7	91
Tabla 28. Ingresos	91
Tabla 29. Evaluación del voluntario	92
Tabla 30. Actividad 8	94
Tabla 31. Total de costos	95
Tabla 32. POA sin financiamiento	96
Tabla 33. POA con financiamiento.....	97
Tabla 34. Flujo de efectivo	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Las bases del marketing social	11
Figura 2. Organigrama de la empresa	18
Figura 3. Conciencia social con las personas hacia un enfoque ambiental .	26
Figura 4. Edad encuesta	32
Figura 5. Sexo encuesta	33
Figura 6. Si, Creativa, entusiasta,motivadora	34
Figura 7. No, Creativa, entusiasta,motivadora	35
Figura 8. Le gusta ayudar	36
Figura 9. Trabajo en equipo	37
Figura 10. Detecta necesidades	38
Figura 11. Condicion física	39
Figura 12. Clima	40
Figura 13. Insectos	41
Figura 14. Animales salvajes	42
Figura 15. Vocación	43
Figura 16. Actividad importante (voluntariado)	44
Figura 17. Participar en voluntariado	45
Figura 18. Logo antes de diseño	65
Figura 19. Logo después de diseño.....	65
Figura 20. Hoja membretada antes	67
Figura 21. Hoja membretada propuesta	68
Figura 22. Twitter Fundación Jatun Sacha - Inglés	77
Figura 23. Twitter Fundación Jatun Sacha - Español	78
Figura 24. Facebook Fundación Jatun Sacha	79
Figura 25. Pagina Web Fundación Jatun Sacha	80

Figura 26. Muebles reciclados	82
Figura 27. Muebles reciclados 2	82
Figura 28. Muebles reciclados 3	82
Figura 29. Muebles reciclados 4	82
Figura 30. Estación biológica	87
Figura 31. Estación biológica - Voluntarios	87
Figura 32. Pagina Web- modelo	89
Figura 33. Voluntarios	90
Figura 34. Voluntarios 2	90
Figura 35. Medalla	93
Figura 36. Diploma	93

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1. Edad encuesta	104
Anexo 2. Sexo encuesta	104
Anexo 3. Creativa, entusiasta, motivadora	104
Anexo 4. Le gusta ayudar	104
Anexo 5. Trabajo en equipo.....	105
Anexo 6. Detecta necesidades.....	105
Anexo 7. Condición física.....	105
Anexo 8. Clima	105
Anexo 9. Insectos.....	105
Anexo 10. Animales salvajes.....	106
Anexo 11. Vocación.....	106
Anexo 12. Actividad importante (voluntariado).....	106
Anexo 13. Participar en voluntariado	106

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación que tiene por objetivo aumentar la participación de voluntariado en la Fundación Jatun Sacha en la ciudad de Quito.

En el Ecuador la Fundación Jatun Sacha es una institución auto sostenible con gran impacto en la línea de las iniciativas de conservación privada a través de 5 diferentes modelos de reservas privadas con proyectos comunitarios en zonas rurales y urbanas.

Fundación Jatun Sacha ofrece oportunidades de voluntariado en sus estaciones biológicas y reservas, para dar campos voluntarios experiencia en diversas áreas, como la reforestación, educación ambiental, servicio y desarrollo comunitario, conservación de vida silvestre, agricultura orgánica agroforestal, acuicultura sustentable e investigación científica.

La fundación carece de voluntarios nacionales que permitan mejorar la consecución de sus objetivos institucionales.

En la elaboración de este Plan de Marketing social para la Fundación Jatun Sacha, vamos a promover la conciencia social del medio ambiente para el cuidado de sus reservas por medio de voluntarios, con el objetivo de incrementar su participación en sus reservas a nivel nacional.

Este trabajo presenta los siguientes capítulos:

En el capítulo 1 se abordan temas importantes del marco teórico, son conceptos que nos dan coherencia para abordar el planteamiento del problema, con bases teóricas que sustentan la información de la investigación.

En el capítulo 2 se muestra toda la información relevante de la Fundación Jatun Sacha, la cual encontramos datos, como visión, misión, estructura de la empresa, entre otras cosas importantes, con la finalidad de conocer a fondo su finalidad como ONG.

En el capítulo 3 se presenta el planteamiento de la investigación, el problema, los objetivos, a su vez se abordan aspectos metodológicos de la elaboración del trabajo, se encuentra el desarrollo por medio de encuestas y el planteamiento de hipótesis.

En el capítulo 4 tenemos el desarrollo de las hipótesis, interpretadas de acuerdo al análisis de los resultados de las encuestas, de igual manera planteamos el FODA y las matrices de evaluación resueltas.

En el capítulo 5 se plantean las tácticas/actividades a realizar para mejorar el voluntariado nacional de la Fundación, se promueven proyectos/programas para mejorar la marca Jatun Sacha, y se concluye el proyecto por medio de análisis beneficio/costo.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1. Marco referencial

1.1.1. Realidad del Ecuador. Condiciones sociales, empleo, desempleo y explotación de recursos.

En la actualidad la economía del Ecuador es una de la octava más grande a nivel latinoamericano, gran parte de la economía del país está basada en la agricultura, minería y pesca, a pesar de que el Ecuador ha atravesado diferentes crisis bancarias y económicas, ha sabido sobrellevar eso y salir de los problemas, después de cumplir con su deuda externa, Ecuador ha realizado varios esfuerzos para sacar adelante su país aunque ni siquiera tenga moneda propia.

La Economía de Ecuador es muy dependiente del petróleo de Ecuador, como el aceite es exportación líder de Ecuador seguido de café, banano, cacao, productos de camarones y pescado. Aparte de estos elementos, azúcar, arroz y cobre también se exportan en cantidades grandes. Industrias comenzaron a desarrollar desde la década de 1950 y especialmente desde mediados de los 70. Además a agrícolas, marinos y productos forestales, hay textiles modernos, química, petroquímica, electrónica, acero, construcción de barcos y las industrias de materiales de construcción. El principal centro industrial es Guayaquil y sus alrededores con el segundo más importante de Quito Casi tres cuarto de economía de Ecuador se concentran en estas áreas. (Economía del Ecuador, 2014).

Las condiciones socio económicas en el país son muy relativas, ya que su economía esta dolarizada y la gran mayoría de la población no satisface sus necesidades básicas.

“Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) la tasa de desempleo asciende 5.71% en junio del 2014”. (Ecuador en Cifras, 2015)

Actualmente en el país existe una gran explotación de recursos, ya que al ser un país con gran biodiversidad, se puede extraer todo tipo de recursos, minería, pesca, petróleo, entre los más importantes.

1.1.2.El perfil del Ecuador en el medio ambiente. Áreas protegidas en el Ecuador, reservas naturales, galápagos, principales parques naturales. Entre ellas Jatun sacha.

El Ecuador tiene un perfil clave en el medio ambiente, ya que tiene una variedad de Ecosistemas y es considerado uno de los grandes escenarios de diversidad biológica, ya que en el país podemos encontrar una sorprendente variedad ecológica y biológica.

En la pequeña superficie territorial del Ecuador se encuentra aproximadamente 21.000 especies de plantas, 407 especies de reptiles, 1559 especies de aves y 324 especies de mamíferos, por lo cual es considerado por tener un número elevado de especies vivas por unidad de superficie en América del Sur.

Debido a que toda esta riqueza ha sido explotada, por la deforestación, caza de animales y la gran densidad poblacional, han traído una gran degradación de los recursos naturales, es por eso que existen reservas para mantener estos ecosistemas.

Las consecuencias de esta situación se expresan en la degradación de los recursos naturales, la deforestación y el avance de la desertificación, el deterioro de las cuencas hidrográficas, la pérdida de la diversidad biológica y de recursos genéticos entre las más importantes. Se han detectado también crecientes niveles de contaminación del suelo, agua y aire en las ciudades,

así como degradación en las zonas rurales dedicadas a la producción agropecuaria y forestal.

1.1.2.1. Áreas Protegidas en el Ecuador

Son espacios geográficos claramente definidos, reconocidos y gestionados, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus servicios eco sistémicos y sus valores culturales asociados (Stolton, 2007).

Son superficies de tierra y/o mar especialmente consagradas a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de los recursos naturales y los recursos culturales asociados, y manejadas a través de medios jurídicos u otros medios eficaces (UICN, 1998).

Según los datos del Ministerio de Ambiente las áreas protegidas en el Ecuador representan el 20% del territorio nacional conservado, el Ecuador por Constitución de la República son parte de uno de los subsistemas del gran Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) conocido como Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), distribuidas en todo el territorio continental e insular, albergan una importante riqueza biológica, servicios eco sistémicos de los cuales se benefician tanto las poblaciones urbanas como rurales, una riqueza paisajística que permite el turismo y la recreación en parte de ellas, y por su importancia ecológica trascienden fronteras que son reconocidas a nivel internacional. (Ministerio de Ambiente, 2014).

Áreas protegidas por regiones:

Región Costa

- Reserva Cayapas-Mataje

- Reserva Mache-Chindul
- Parque N. Machalilla
- Reserva Manglares Churete

Región Sierra

- Reserva El Ángel
- Reserva Cotacachi-Cayapas
- Reserva Cayambe Coca
- Reserva Antisana
- P. N. Sumaco-Napo-Gal.
- Reserva Pululahua
- Refugio Pasochoa
- P. N. Cotopaxi-El Boliche
- Parque Nacional Ilinizas
- Parque N. Llanganates
- Parque Nacional Sangay
- Res. Forestal Chimborazo
- Parque Nacional Cajas
- Parque N. Podocarpus
- Bosque Petrificado Puyango

Región Amazónica

- Reserva Forestal Cuyabeno
- Reserva Bio. Limoncocha
- Parque Nacional Yasuní

Región Insular

- Parque N. Galápagos
- Reserva Marina Galápagos

(Metropolitan Touring, 2014)

1.1.3. Perfil Político, Legal, Económico de la Gestión Ambiental.

La gestión ambiental es un manejo integral del sistema ambiental, en otras palabras es la estrategia para organizar actividades en el medio ambiente, con el fin de mejorar la calidad de vida y reduciendo los problemas ambientales.

En la gestión ambiental se plantean cosas para llegar al desarrollo sostenible, que es más que un equilibrio para el desarrollo económico, y poblacional, para mejorar los recursos, protección, medio ambiente y conservación del mismo.

La ley de Gestion ambiental

Art. 16.- El Plan Nacional de Ordenamiento Territorial es de aplicación obligatoria y contendrá la zonificación económica, social y ecológica del país sobre la base de la capacidad del uso, de los ecosistemas, las necesidades de protección del ambiente, el respeto a la propiedad ancestral de las tierras comunitarias, la conservación de los recursos naturales y del patrimonio natural. Debe coincidir con el desarrollo equilibrado de las regiones y la organización física del espacio. El ordenamiento territorial no implica una alteración de la división político administrativa del Estado.

Art. 28.- Toda persona natural o jurídica tiene derecho a participar en la gestión ambiental, a través de los mecanismos que para el efecto establezca el Reglamento, entre los cuales se incluirán consultas, audiencias públicas, iniciativas, propuestas o cualquier forma de asociación entre el sector público y el privado. Se concede acción popular para denunciar a quienes violen esta garantía, sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal por denuncias o acusaciones temerarias o maliciosas. (Ley de Gestion Ambiental, 2012)

1.1.3.1. Tercer Sector

Los sectores económicos y productivos del Ecuador se dividen en tres grandes grupos.

El Sector primario se refiere a los recursos naturales (minería, petróleo, agricultura, etc.)

El sector secundario se refiere a la actividad artesanal e industrial manufacturera del sector primario (fábricas, refinerías, etc.)

Sector Terciario es claro y preciso, ya que en la economía mundial eliminamos del tercer sector actividades que no son del mercado ni del estado; por lo tanto están representadas por actividades sin ánimo de lucro y no gubernamentales.

Las características del tercer sector en general son

- Son de carácter voluntario y surgen de la libre voluntad ciudadana.
- Tienen como finalidad mejorar el bienestar de personas y colectivos determinados.
- Persiguen un progreso social solidario.
- Se financian con donaciones públicas y privadas.

Las funciones del tercer sector son:

- La mediación social para detectar las necesidades desatendidas y presionar o hacer que sean cubiertas.
- La sensibilización ciudadana.
- Creación de redes de solidaridad.

1.1.3.2. Fundaciones en Ecuador

Las ONG se dividen en varios tipos:

- No Gubernamentales Nacionales
- No Gubernamentales Internacionales

- No Gubernamentales populares
- No Gubernamentales de iglesia
- No Gubernamentales de empresa privada.

Estas Fundaciones se desenvuelven en educación, producción, generación de ingresos, salud, derechos civiles, fortalecimiento democrático y medio ambiente; Arte, Ciencia, Cultura, Tecnología y Servicios Básicos; las cuales entre todas ejecutan 483 proyectos al año.

Las ONGs trabajan en una diversidad de áreas de acción, primordialmente en los campos de capacitación (65 por ciento), prestación de servicios (48 por ciento), asistencia técnica (41,7 por ciento) y diseño y ejecución de proyectos (37,4 por ciento).

En el Distrito Metropolitano de Quito la cifra llegaría a dos mil, según miembros de varias ONG. La cifra precisa no es factible conocer por falta de controles y el surgimiento de nuevas organizaciones en los últimos años.

El Instituto Nacional de La Niñez y la Familia (INNFA) tiene 308 ONG registradas en Pichincha.

El 70 por ciento de estas organizaciones realizan programas en favor de la niñez y adolescencia.

La defensa de los derechos humanos, sociales, económicos y políticos registra uno por ciento.

Para proyectos de vivienda hay pocas: Solidaridad, Sol y Pueblo, San José Obrero y Asociación Salud y Acción (ASA).

Número de Fundaciones

60 mil fundaciones hay en el Ecuador, según Bolívar González.

16 mil están bajo el control del MBS.

6 mil están sujetas a revisión.

6 mil trabajan sin ser legales.

(Diario La Hora, 2014)

1.1.3.3. Cuidado medio ambiente ONG

Una de las responsabilidades de las ONGs actuales les lleva a acercarse a la responsabilidad por la protección del medio ambiente y la naturaleza, su flora y fauna.

1.1.4. Voluntariado en Ecuador

El trabajo no remunerado en el país representa el 15.41% del PIB, Las actividades de solidaridad aportan al PIB el 10.49%, ya que para estructurar el Trabajo no Remunerado se toman datos de hogares privados, servicios sociales y de salud.

1.2 Marco académico

1.2.1 Marketing

Es una herramienta que utilizan las empresas que basa en identificar un segmentó de mercado, para poder introducir su producto o servicio con el propósito de cubrir necesidades sin explorar o rediseñar un producto.

“Filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores” (Philip Kotler, 2008)

1.2.2 Marketing social

El marketing social se refiere al punto de vista de aspectos del comportamiento objetivo del bienestar persona y de la sociedad, busca satisfacer necesidades de organizaciones sin fines de lucro, trata de generar ideas para obtener recursos y una buena imagen a las organizaciones por lo que es diferente a la de vender un producto.

“Es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad” (Andreasen, 1995)).

Las tres Bases del Marketing social

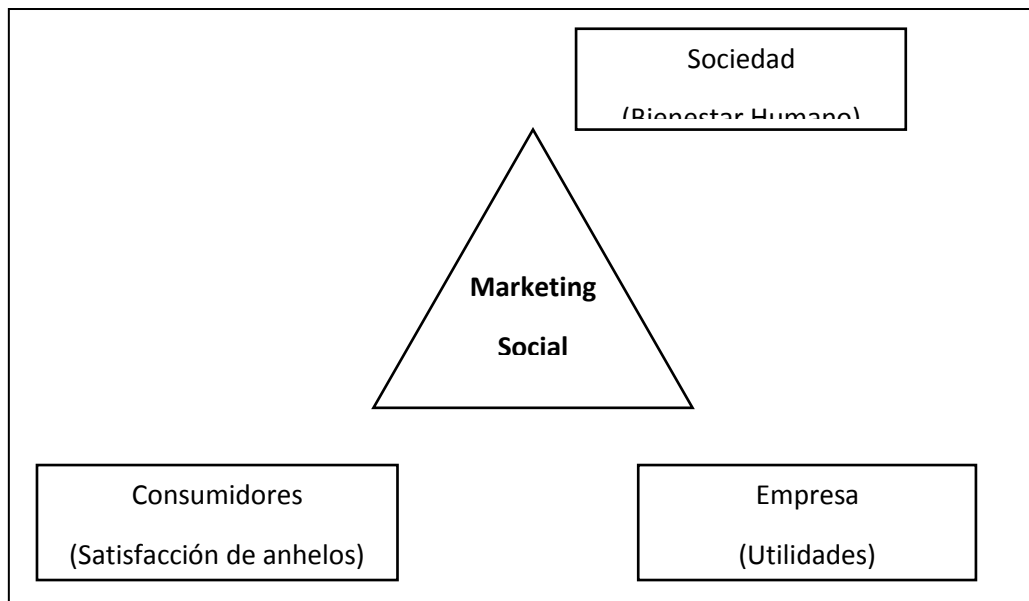


Figura 1: Las bases del marketing social.

Elaborado por: Blanca Aguirre, Gabriel Orbe.

1.2.3 Marketing ambiental

En este concepto la idea del mercado es lograr promover una idea ecológica hacia el cliente que en este caso se ha vuelto más sensible al cuidado y protección por lo que parte de la responsabilidad que tiene cada empresa al vender sus productos.

1.2.3.1 Objetivo del Marketing Ambiental

- Educar a las empresas al manejo de sus residuos, con el propósito de informar sobre los contenedores existentes del manejo de sólidos.
- Realizar acciones que promuevan las empresas a que el ciudadano ahorre agua y energía.
- Mejorar la calidad medioambiental.
- Incentivar la demanda para que las mejoras medioambientales en las empresas y consumidores estén informados y puedan medir, percibir las ineficiencias de la contaminación.

1.2.3.2 Instrumentos del marketing ambiental

Producto

- Reducción de la contaminación.
- Utilización de materiales abundantes para reducir la huella ecológica.
- Asesorar al consumidor del cuidado ambiental.
- Fabricar productos ahorradores de energía y materiales.

Precio

- Precios ecológicos directos del producto.
- Precios ecológicos indirectos.
- Norma de costos por contaminación y escasez de recursos.
- Discriminación positiva de precios.
- Diferenciación de precios ecológicos.

Promoción/comunicación

- Concienciación ambiental.
- Información sobre productos.
- Promoción por razones medioambientales.
- Ejecución de labores de relaciones públicas sobre ambiente.

Distribución

- Fomento de retro distribución (devolución y reciclado de envases).
- Canales de distribución que ahorren el consumo de recursos naturales y económicos.
- Sensibilización ambiental en el punto de venta.

1.2.3.3 Las estrategias de comunicación ambiental

Defensiva: Se enfoca en reducir una imagen mala, frente a las partes involucradas ocasionadas por los problemas ambientales, difunden los logros obtenidos en la conservación del medioambiente y enfatizar su responsabilidad social.

Ofensiva: Se lo ve un desafío la conservación del medioambiente a largo plazo en el mercado, enfatiza fortalecer una educación ecológica y soluciona las exigencias de los consumidores.

1.2.3.4 Instrumentos de comunicación ambiental

- Publicidad: A lo largo del tiempo han existido productos elaborados en base a residuos ecológicos o etiquetas ecológicas, pero esta no es la solución, si no viene acompañado de una estrategia de marketing ecológica que informe al consumidor que el producto se desarrolló reduciendo la contaminación ambiental, con el propósito de cuidar la salud de los consumidores, esto pondrá a las empresas en una posición favorable a largo plazo.

- Promoción de ventas: Ofrecer incentivos especiales al consumidor y distribuidor, esto se lo debe hacer a corto plazo, realizar actividades relacionadas al medioambiente, como concursos, juegos, entre otros; que ayuden a promover las ventas del producto.
- Relaciones públicas: La idea es incentivar a las compañías a optar por una idea ecológica, con el propósito de recuperar la confianza en el ciudadano utilizando sistemas medioambientales, así como dar información real sobre aspectos del cuidado ambiental que utilizan en la creación de sus productos o en la forma que brindan servicios.

1.2.4 Responsabilidad social ambiental.

Las empresas basan en la percepción que tiene una empresa respecto al cuidado ambiental que tiene que considerar en su política de ventas cuando la empresa se dedica al negocio ya sea de servicios o bienes los cuales tienen que analizar la idea de preservar el medio ambiente ya que existe los consumidores ecológicos que miran el impacto que genera dicho producto creado.

La responsabilidad ambiental no depende solo de las empresas sino también de los ciudadanos que contribuyen a ello, por lo que deben evaluar el daño que ocasionan al ecosistema en el mundo.

1.2.5 Como nace la responsabilidad ambiental

Se presentan ciertos factores que contribuye hacer conciencia a la población como el caso de los cambios climáticos, el calentamiento global por consecuencia de las industrias y países desarrollados que fomentan la contaminación, por la indiscriminada explotación de recursos, así como también el exceso de utilización del agua y el desecho en los ríos de sustancias químicas. Esto hace que las empresas asuman un compromiso al cambio responsable de actuar en campos sociales y ambientales.

1.2.6 Importancia en la sociedad y en la empresa

En la actualidad en el mundo se está tomando medidas ambientales, esto supone un cambio político en cada región y en cada organización o tratado entre países, ya que en el caso de firmar acuerdos de explotación o extracción se exige normas del cuidado ambiental. Un ejemplo claro y actual es el Yasuní en el Ecuador con la explotación de petróleo por parte de empresas chinas, el cual se estipula el cuidado ambiental en las especies y comunidades aledañas, así como también la biodiversidad.

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS SITUACIONAL JATUN SACHA

2.1. Antecedentes

Fundación Jatun Sacha es una organización sin fines de lucro, organización privada, establecida legalmente en 1989 Por el Acuerdo Ministerial N ° 270 del Ministerio de Agricultura, publicado en el Registro Oficial N° 238 el 21 de julio de 1989. El Proyecto de Conservación iniciado en 1985 con la creación de la Estación Biológica Jatun Sacha.

La Fundación es una institución auto sostenible con gran impacto en la línea de las iniciativas de conservación privada a través de 5 diferentes modelos de reservas privadas con proyectos comunitarios en zonas rurales y urbanas. Las líneas de acción son principalmente: la conservación de la diversidad biológica y cultural a través de diferentes modelos de conservación privada, educación ambiental y promoción de la investigación y proyectos productivos que ayudan a mejorar la calidad de vida de personas que viven en zonas de influencia de sus actividades.

La Fundación cuenta con un sistema integrado de procedimientos de desarrollo institucional que aseguren la calidad de sus servicios. Tenemos un nacional e internacional prestigiosa imagen, confianza y credibilidad por haber ayudado a la posición de Ecuador en el campo de la conservación de recursos naturales y culturales y por haber influido en la creación de otras ONG basan en su misión institucional.

2.1.1. Misión

Promover la conservación de la biodiversidad del Ecuador, a través de capacitación técnica, investigación científica, programas de educación ambiental a nivel nacional e internacional, desarrollo comunitario, manejo

sostenible de los recursos naturales y la formación de líderes con mayor étnica y participación de género para mejorar la calidad de vida de las comunidades.

2.1.2. Visión

Para el año 2014, JatunSacha continuará promoviendo la conservación de los bosques y de los ecosistemas acuáticos de Ecuador, y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Será una institución auto sostenible con gran impacto en la línea de las iniciativas privadas de conservación a través de diferentes modelos de reservas privadas, 5 Estaciones Biológicas y nuevos programas de investigación y educación, proyectos de la comunidad en las zonas rurales y urbanas. Nuestra Visión es tener un sistema de procedimientos integrados de desarrollo institucional que aseguren la calidad de nuestros servicios.

2.2. Cadena de valor, procesos organización

La Fundación Jatun Sacha coordina todos los procesos y actividades de manera ordenada y mantiene una jerarquía vertical, en la cual tiende a estructurarse en términos de colaboración de la dirección y de los empleados. Dado que las decisiones tienen que viajar por todo el organigrama, la colaboración entre empleados, directivos y otros colaboradores en los procesos de la empresa o las cuestiones suceden en un entorno muy estructurado que incluye reuniones y un monitoreo constante. Es necesario que exista un trabajo en equipo tomando en cuenta políticas organizacionales como una empresa, tiene asignado un departamento, para cada actividad parte desde un directorio, luego tenemos al Director Ejecutivo que va hacer el encargado de dirigir a una subdirección y al Grupo Financiera, de ahí parte las Jefaturas y Asistentes para coordinar las necesidades y programas de la de Fundación con el fin de preservar su existencia, esto es necesario para poder cuidar tanto lo económico como mantener y mejorar cada día sus servicios como ONG.

ORGANIGRAMA FUNDACIÓN JATUN SACHA

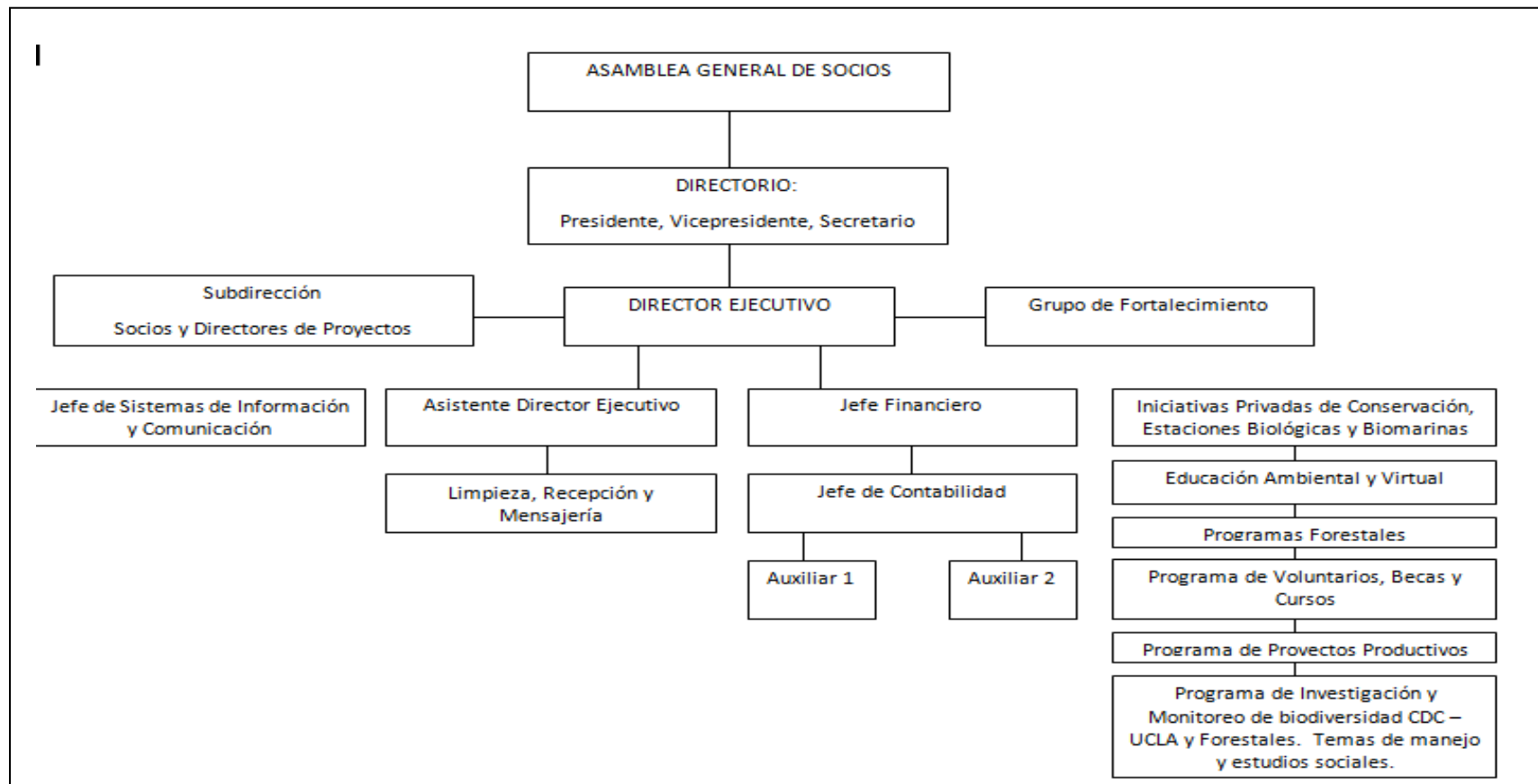


Figura 2: Organigrama de la empresa

Fuente: Fundación Jatun Sacha

2.3. Microambiente

2.3.1. Cliente - beneficiarios directos – ambiente (flora y fauna)

El principal cliente de la Fundación Jatun Sacha es el medio ambiente, ya que su finalidad es mantener las zonas agrícolas, cuidado animal y realizar actividades artesanales; cada reserva es única y algunas cuentan con estudios de investigación que ayudan a la conservación de especies, cultivos, cuidado animal así como la explotación de recursos naturales.

Ésta Fundación Ecológica se basa en el cuidado ambiental, protección de especies, preservación de especies vegetales, así también beneficia al ser humano por el hecho de que estas reservas son de apoyo para el medio ambiente.

2.3.2. Competidores – aliados estratégicos

La fundación Jatun Sacha al ser una organización no lucrativa, no cuenta con competidores, sin embargo cuenta con aliados estratégicos que colaboran al cuidado animal y biológico.

Los Aliados estratégicos trabajan conjuntamente como voluntarios de forma directa e indirecta.

2.3.3. Recicla Ecuador

Este proyecto “Recicla Ecuador” tiene como finalidad fomentar la Educación Ambiental, el cual se promociona por medio de redes sociales, ya que la idea parte de jóvenes universitarios con el fin de reducir la huella ecológica.

2.3.4. Aves y Conservación

Es un grupo denominado CECIA que significa Consejo Ecuatoriano para la Conservación e Investigación de las Aves cuyo propósito es conservar el hábitat y la biodiversidad de las especies con la participación directa de la gente. Tiene como función principal hacer conciencia social para preservar especies e influir en decisiones ambientales en el Ecuador.

2.3.5. Centro Ecuatoriano del derecho ambiental

Es un organismo de investigación, con el propósito de aplicar políticas medio ambientales tanto legales, económicas y técnicas en protección del ambiente, han sido un apoyo a la creación de políticas y leyes nacionales, ordenanzas con el propósito de cuidar el medio ambiente por ello tiene actividades en diferentes áreas como programas para tener un mayor conocimiento.

2.4. Proveedores – materiales – voluntarios

Como proveedores financieros tenemos empresas que aportan económicamente a través de giros del exterior al país, también existen donaciones de propiedades y el voluntariado extranjero en diferentes ámbitos.

El ser voluntario en la Fundación es ayudar a comunidades, preservar especies en áreas protegidas, entre otras cosas.

El director de la Fundación Jatun Sacha es el encargado de gestionar la retención y obtención del mayor número de voluntarios, tanto económicos como físicos.

2.5. Agencias – representantes – todas las reservas

La Fundación Jatun Sacha tiene su sede principal en Quito, cuenta con una página web a nivel internacional, y redes sociales con la finalidad de presentar los programas y promociones.

Sus representantes son la Asamblea General de Accionistas, también consolidan un grupo de trabajo para ofrecer al mundo la fundación y poder recibir voluntarios para que contribuyan al cuidado ambiental.

La fundación cuenta con 5 Reservas:

2.5.1. Reservas

1. Jatun Sacha: Tropical Rainforest

La estación ofrece el programa de voluntariado para aquellos interesados en la protección de la selva.

2. Guandera: Bosque Montano Alto y Páramo

La estación ofrece el programa de voluntariado para aquellos interesados en la protección de los últimos remanentes de bosque andino que una vez cubiertos los Andes del Ecuador.

3. Bilsa: Selva Tropical

La estación ofrece el programa de voluntariado para aquellos interesados en la protección de los restantes crítico de la selva tropical de Ecuador.

4. Congal: Selvas Tropicales y Manglares

Voluntarios y / o pasantes interesados en trabajar con la Estación Biomarinas Congal participará en una amplia gama de actividades.

5. San Cristóbal: Bosque de las Islas Galápagos

Voluntarios con el propósito de reforestar, restaurar el hábitat y actividades agroforestales.

Las reservas que tiene la Fundación Jatun Sacha tienen diferentes actividades que pueden realizar los voluntarios, ya que cada reserva cuenta con una especie biológica y animal diferente por lo que se tiene actividades específicas, se mantienen estas reservas con actividades de infraestructura, senderos y recopilación de información de los tipos de investigaciones realizadas en especies introducidas en el caso de las Islas Galápagos.

En su página web encontramos los pasos y requisitos que se debe tener para poder ser voluntario, los cuales están ubicadas en la Costa, Sierra, Amazonia y las Islas Galápagos.

En otros países es muy valorado el voluntariado, ya que es parte de su cultura con la naturaleza, es por ese motivo que la mayoría de participación de voluntarios es extranjera.

2.6. Públicos

2.6.1. Programa de voluntariado

La Fundación Jatun Sacha ofrece oportunidades de voluntariado en sus estaciones biológicas y reservas, para dar a sus voluntarios experiencia en diversas áreas, como la reforestación, educación ambiental, servicio y desarrollo comunitario, conservación de vida silvestre, agricultura orgánica agroforestal, acuicultura sustentable e investigación científica.

2.6.2. Lugares para ser voluntarios

Los voluntarios pueden ayudar en las diversas reservas ubicadas en las principales regiones del Ecuador: Costa, Sierra, Amazonía y las Islas Galápagos. Existe bosque tropical, bosque alto, bosque nublado, selva tropical, los manglares y los bosques secos.

En la reserva hay una serie de actividades que implican voluntarios, manteniendo la infraestructura de las reservas, senderos.

La estación ofrece el programa de voluntariado para aquellos interesados en la conservación de las Islas Encantadas.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN

3.1. Introducción

La Fundación Jatun Sacha es una institución auto sostenible con gran impacto en la línea de las iniciativas de conservación privada a través de 5 diferentes modelos de reservas privadas con proyectos comunitarios en zonas rurales y urbanas.

La fundación tiene el objetivo de captar voluntarios con el fin de poder cubrir las actividades que se realizan en dichas reservas, con el propósito de cubrir el capital humano; realiza actividades de reforestación, viveros comunitarios e iniciativas de recreación, a su vez adecuación de criaderos y granjas, entre otros.

En la elaboración de este Plan de Marketing social para la Fundación Jatun Sacha, vamos a promover la conciencia social del medio ambiente para el cuidado de sus reservas por medio de voluntarios, con el objetivo de incrementar su participación en sus reservas.

3.2. Enunciado del problema

La fundación carece de voluntarios nacionales que permitan mejorar la consecución de sus objetivos institucionales.

3.3. Sistematización del problema

El problema se genera desde los hogares, ya que en todos los casos se realizan actividades esperando alguna recompensa de cualquier tipo.

Esta falta de cultura, genera menor intención de participar en actividades sin rédito o ganancia, disminuyendo el número de voluntarios en este tipo de Fundaciones

3.4. Enunciado del objetivo

3.4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de marketing social con el fin de promover el voluntariado nacional, inicialmente de la ciudad de Quito, en la Fundación Jatun Sacha para promover y mejorar sus actividades, creando un compromiso propio de la sociedad.

3.4.2. Objetivos específicos

- Promocionar la marca Jatun Sacha entre los habitantes de Quito como elemento generador de participación activa para voluntarios potenciales.
- Definir el perfil del voluntario potencial para apoyar a la FJS.
- Concientizar y sensibilizar a las personas para realizar actividades sin fines de lucro.
- Promover la conservación de reservas eco-biológicas entre los Jóvenes, especialmente Universitarios con carreras afines a esta actividad, de la ciudad de Quito

3.5. Marco conceptual

La conservación de la diversidad biológica y cultural a través de diferentes modelos de conservación privada, educación ambiental y el desarrollo de proyectos de investigación y productivos que promueven mejorar la satisfacción emocional de las personas.

3.5.1. Conciencia social de las personas hacia un enfoque ambiental

Conciencia social de las personas hacia un enfoque ambiental

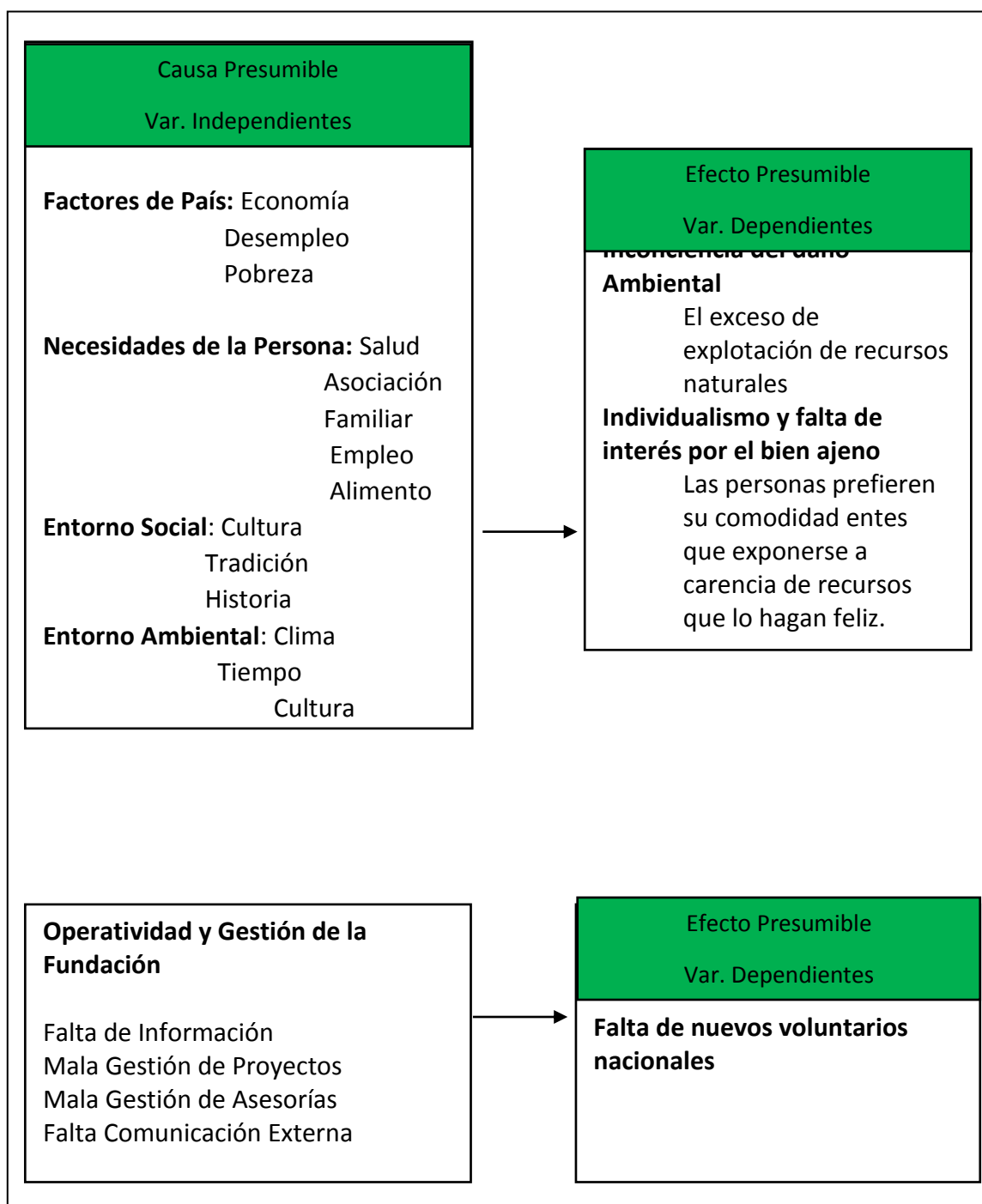


Figura 3: Conciencia social de las personas hacia un enfoque ambiental.

Elaborado por: Blanca Aguirre, Gabriel Orbe.

3.6. Interrogantes de la investigación

3.6.1. *Management Questions*

¿Es posible motivar a la población quiteña a formar parte del voluntariado que apoya a la Fundación Jatun Sacha?

3.6.1.1. *Research Questions*

- ¿Cuál es la mejor manera de posicionar la marca Jatun Sacha entre los habitantes de Quito con el fin de captar voluntarios potenciales?
- ¿Cuál es el perfil de un voluntario que pueda apoyar a la FJS?
- ¿Cuál es la mejor manera de concienciar y sensibilizar a las personas para que realicen actividades sin fines de lucro?
- ¿Cómo se debe promover la conservación de reservas eco-biológicas entre los jóvenes, especialmente universitarios con carreras afines a esta actividad, de la ciudad de Quito?

3.6.1.2. *Investigative Questions*

- ¿El perfil socioeconómico del individuo influye en la decisión de invertir en actividades ecológicas en la Fundación Jatun Sacha?
- ¿El deseo de proteger el medio ambiente motiva a las personas para realizar actividades sociales en la Fundación Jatun Sacha?
- ¿La educación ambiental infantil permite al individuo adulto ser consciente sobre las necesidades de su entorno ecológico?
- ¿Podemos sensibilizar a los jóvenes para que realicen actividades sociales sin fines de lucro?
- ¿Cuál es el perfil personal para los voluntarios que necesita la Fundación Jatun Sacha?
- ¿Cuál es la manera para llegar a las personas e incentivar en realizar las actividades de voluntariado?

- Que medios de comunicación publicitarios son idóneos para promocionar a Fundación Jatun Sacha y la conservación ecológica, ATL o BTL

3.7. Hipótesis

- La forma de llegar a los habitantes de Quito es proporcionar la suficiente información con medios publicitarios con el fin de que conozcan la Fundación Jatun Sacha.
- La Fundación Jatun Sacha considera que un perfil idóneo es una persona que tenga las ganas y la fortaleza para realizar actividades con el propósito de lograr satisfacción como persona por su labor.
- La forma de promover la participación voluntaria, es exponiendo la realidad de la naturaleza, generando conciencia en ser humano y vean el impacto que causan por la falta del cuidado del hombre.
- Se debe realizar actividades conjuntas entre las universidades y la Fundación con el fin de promover a que realicen voluntariado y de esa forma lo tomen como propósito académico y personal, no lucrativo.

3.8. Segmentación de la población

3.8.1. Definición metodológica de muestreo

Existen diferentes métodos con el fin de calcular la probabilidad cuando no se tiene la certeza de obtener datos específicos para nuestro proyecto, es una técnica que más se utiliza para extraer información.

3.8.2. Muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador

Cuando no se tiene la certeza real de calcular la probabilidad se utiliza este método con el fin de recopilar la información, se toma información de personas relacionadas al tema de investigación o que tengan estudios referentes al tema propuesto.

Datos obtenidos por estudiantes matriculados en Quito, no existe un dato por universidad menos por carrera, está en forma en general, por lo cual se optó este tipo de muestreo por falta de información.

3.8.2.1. Calculo de la muestra

Z: 1.81

Nivel de Confianza: 97%

Probabilidad que ocurra un evento: 50%

Probabilidad que no ocurra un evento: 49%

Error Muestral: 7%

Población: Número de Estudiantes 3er Nivel matriculados en Quito a 2014:

251061 Población Infinita

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{0.07^2 0.50 * 0.49}{1.81^2} = 0,00066326$$
$$n = 251061 * 0,00066326 = 166$$

3.9. Diseño de las herramientas de investigación.

Para la presente recopilación de información vamos a utilizar herramientas tal es el caso de entrevistas y cuestionario los cuales van hacer presentados el formato correspondiente y los cuales van a ser dirigidos al director el cual se le va a realizar una entrevista y a estudiantes utilizaremos encuestas con el propósito de obtener nuestra información para conocer las razones del problema de que no exista voluntarios para la Fundación Jatun Sacha.

3.9.1. Encuesta

Se la va a realizar a los estudiantes de las Universidades Salesiana, Central y Tecnológica Equinoccial por razones de cercanía, ya que estas Universidades cuentan con carreras relacionadas a administración o gestión del ambiente.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el trabajo de Titulación “DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING SOCIAL PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE VOLUNTARIADO EN LA FUNDACION JATUN SACHA EN LA CIUDAD DE QUITO” del establecimiento antes descrito. No está demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.

EDAD _____

SEXO _____

1) ¿Usted se considera una persona, creativa entusiasta y motivadora?

	SI	NO
Creativa		
Entusiasta		
Motivadora		
Comprometida		
Amable		
Voluntariosa		

2) Estarías dispuesto a ayudar al medio ambiente sin recibir nada material a cambio

Si	
No	

3) ¿Le gusta trabajar en equipo?

Si	
No	

4) ¿Es observador para detectar las necesidades a su alrededor?

Si	
No	

5) ¿Considera tener una condición física adecuada para realizar actividades de mucho movimiento?

Si	
No	

6) Te agrada pasar tiempo de preferencia en lugares con clima:

Cálido Seco	
Frio	
Húmedo	
Cálido	

7) ¿Le molestaría estar rodeado de variedad de insectos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

8) ¿Se adaptaría a estar mucho tiempo rodeado de animales salvajes?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Tal vez	<input type="checkbox"/>

9) ¿Crees que se necesita vocación para ser voluntario?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

10) ¿Cree que El voluntariado es una actividad importante para ayudar a nuestro entorno?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

11) ¿Te gustaría escuchar acerca de un programa de voluntariado en el cual puedas participar?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Agradecemos su atención de la manera más comedida solicitamos sus datos de contacto para entregar mayor información de nuestra gestión. No es obligatorio.

Nombre.....

Correo personal.....

Teléfono celular.....

MUCHAS GRACIAS POR LA COLABORACIÓN

3.9.2. Resultados de la investigación

Edad encuesta

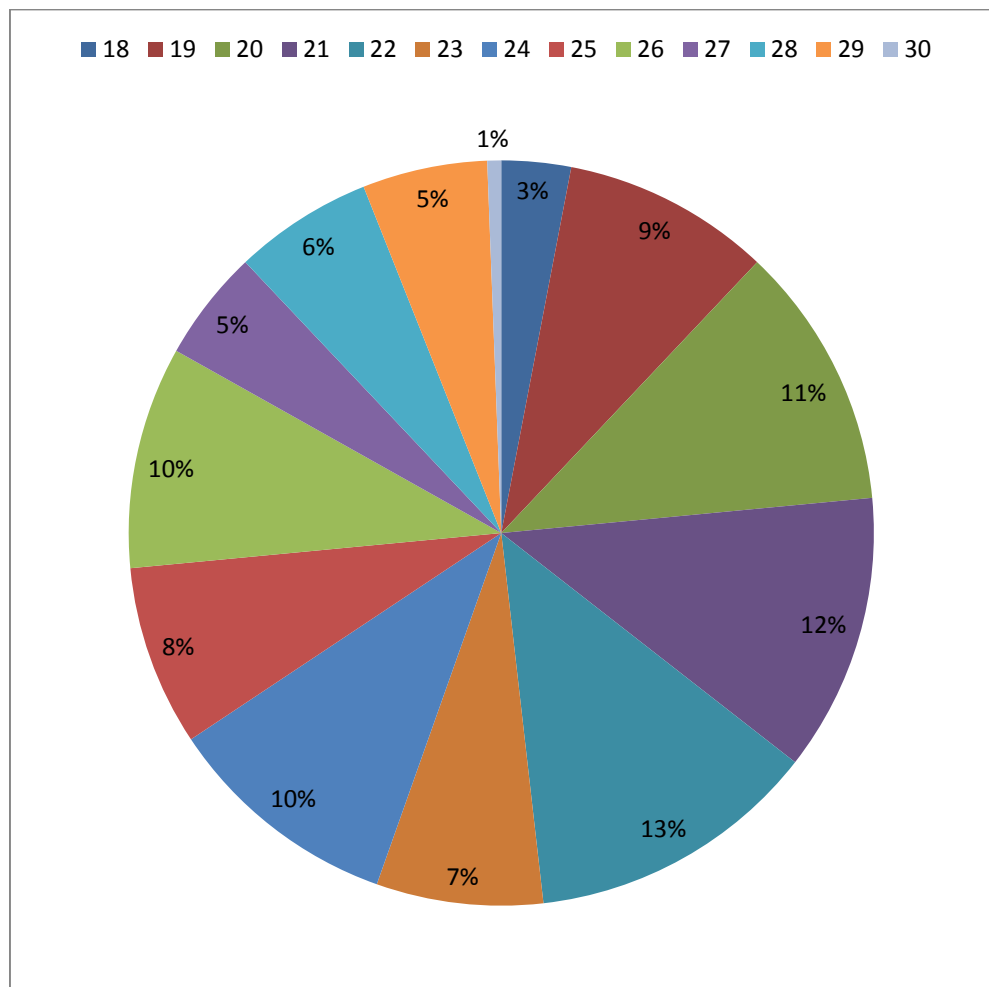


Figura 4: Edad encuesta

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 1)

Análisis

Casi todos los estudiantes que fueron encuestados tienen una edad promedio, sin embargo el mayor porcentaje de estudiantes tiene un rango de 21 a 22 años.

Sexo encuesta

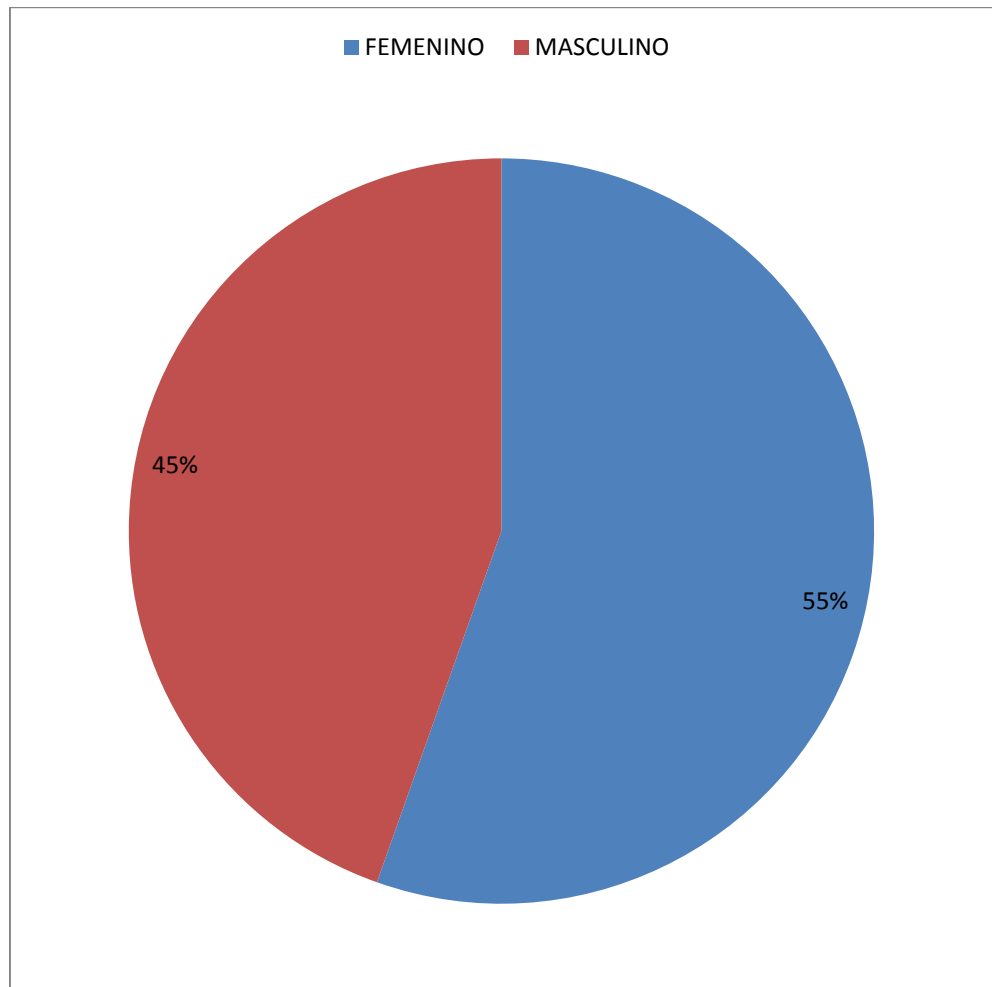


Figura 5: Sexo encuesta

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 2)

Análisis:

Podemos definir que la mayoría de estudiantes encuestados son hombres, en las carreras mencionadas.

1. ¿Usted se considera una persona, creativa entusiasta y motivadora?

PREGUNTA - SI Creativa, entusiasta, motivadora

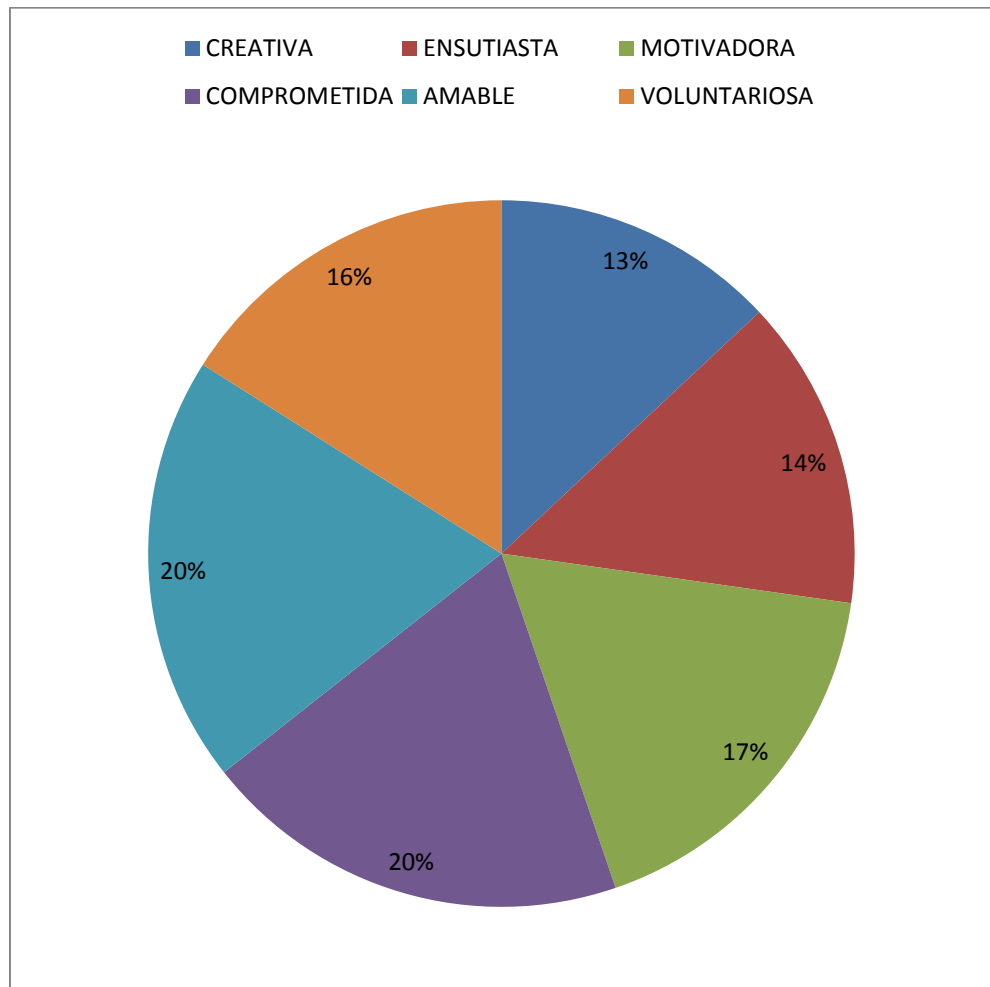


Figura 6: SI Creativa, entusiasta, motivadora

Fuente: Investigación de campo

PREGUNTA 1- NO Creativa, entusiasta, motivadora

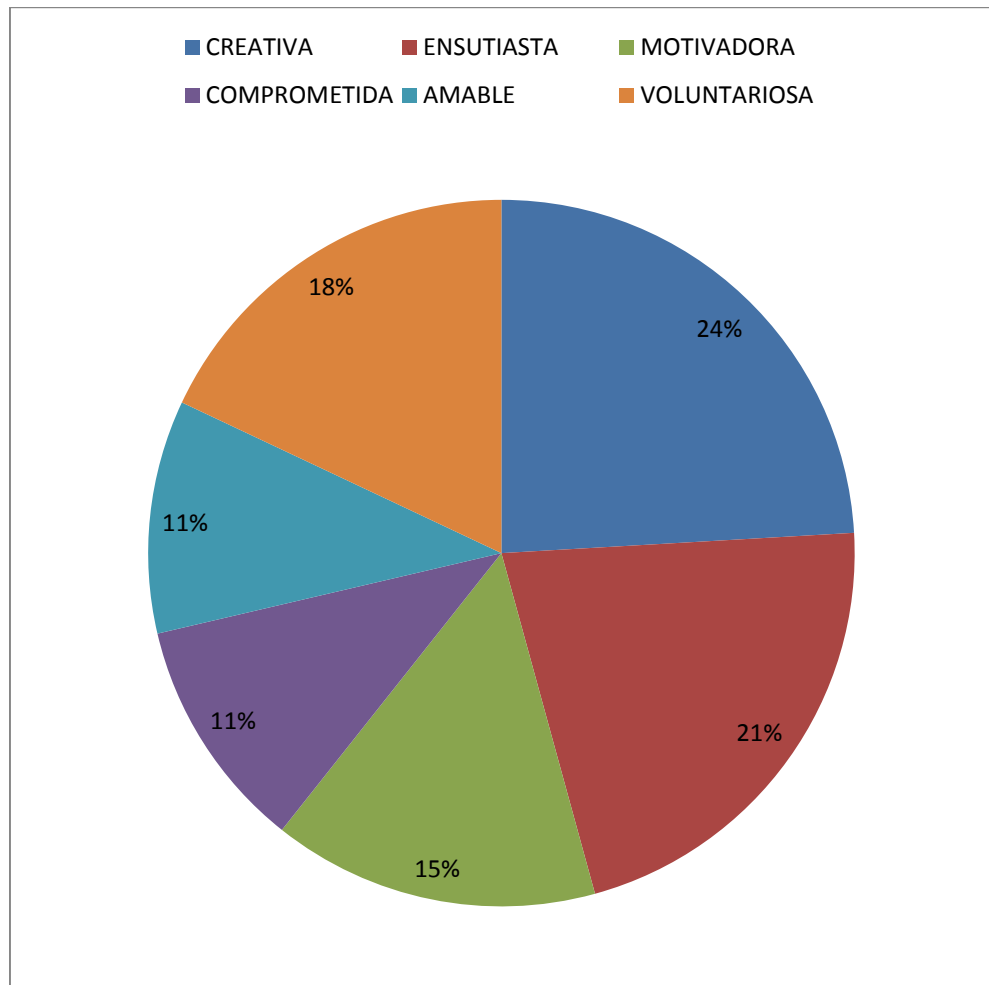


Figura 7: NO Creativa, entusiasta, motivadora

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 3)

Análisis:

Esta es una de las preguntas clave dentro de nuestra encuesta, ya que es muy importante saber cómo se considera el estudiante, para poder realizar este tipo de ayuda social.

Se puede notar de manera lógica que existen personas positivas y negativas en lo que se refiere a lo personal, y llamarán más la atención los estudiantes que tengan puntos a favor de su personalidad; por ejemplo una persona amable, comprometida y motivadora.

2. Estarías dispuesto a ayudar al medio ambiente sin recibir nada material a cambio.

PREGUNTA 2 - Le gusta ayudar

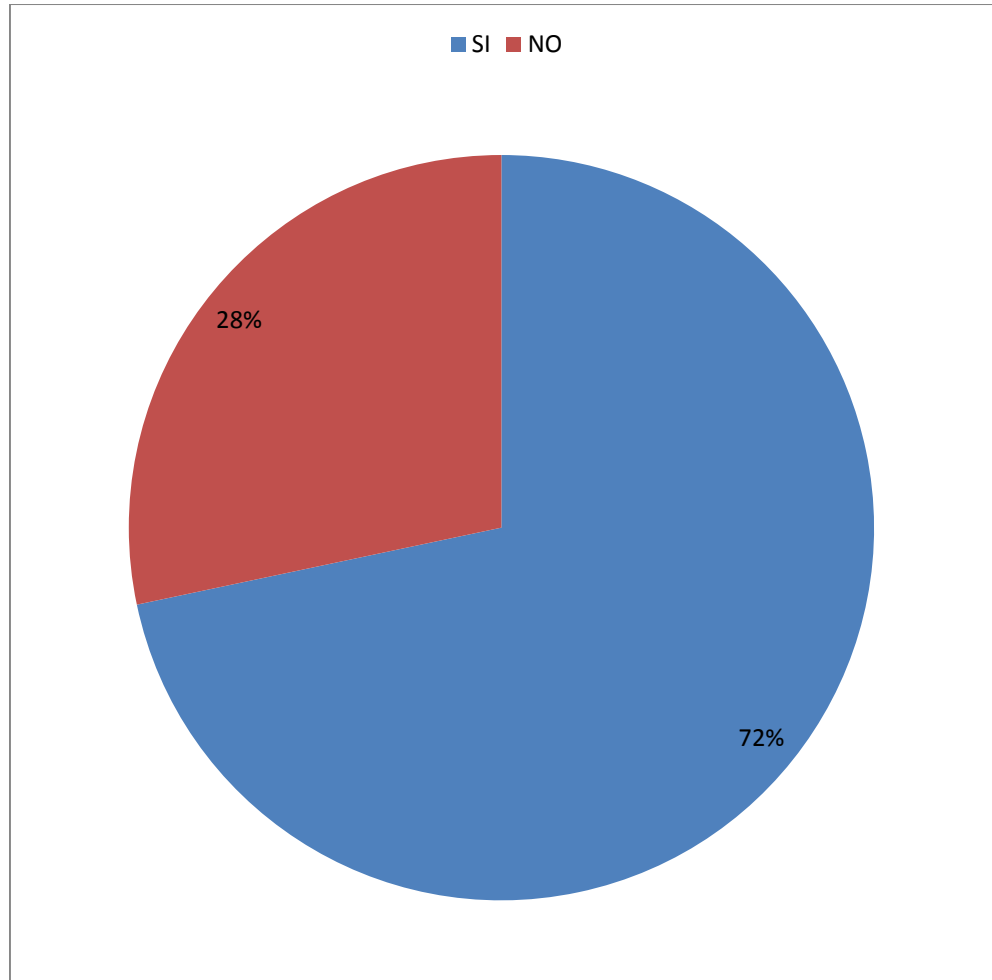


Figura 8: Le gusta ayudar

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 4)

Análisis:

En esta pregunta se refleja el gran nivel de apoyo voluntario que presentan los jóvenes, ya que solamente 47 personas se niegan a ayudar sin fin lucrativo, lo cual representa el 25% de nuestra investigación de campo.

3. ¿Le gusta trabajar en equipo?

PREGUNTA 3- Trabajo en equipo

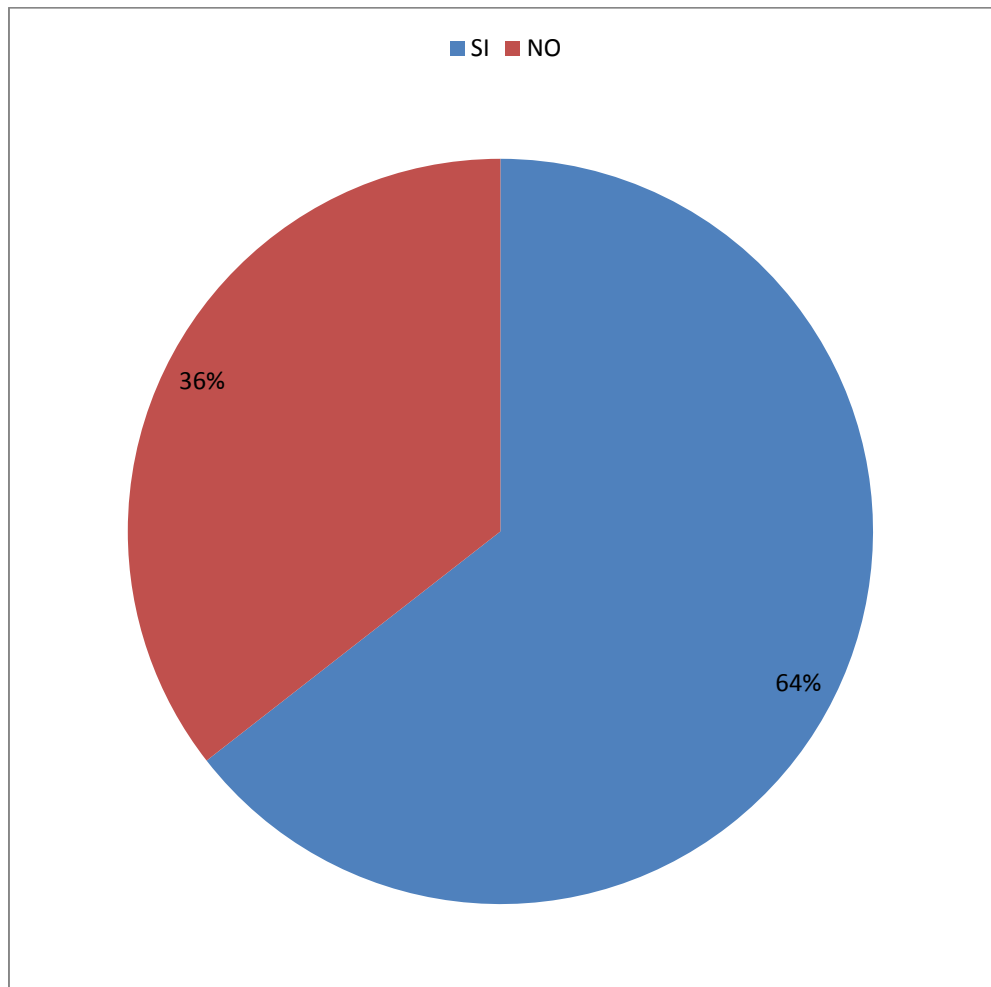


Figura 9: Trabajo en equipo

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 5)

Análisis:

Esta pregunta es una de las favoritas de los estudiantes, ya que en la actualidad los jóvenes prefieren el trabajo en equipo, es por eso que el 64% de nuestros encuestados nos responden que sí.

4. ¿Es observador para detectar las necesidades a su alrededor?

PREGUNTA 4- Detecta necesidades

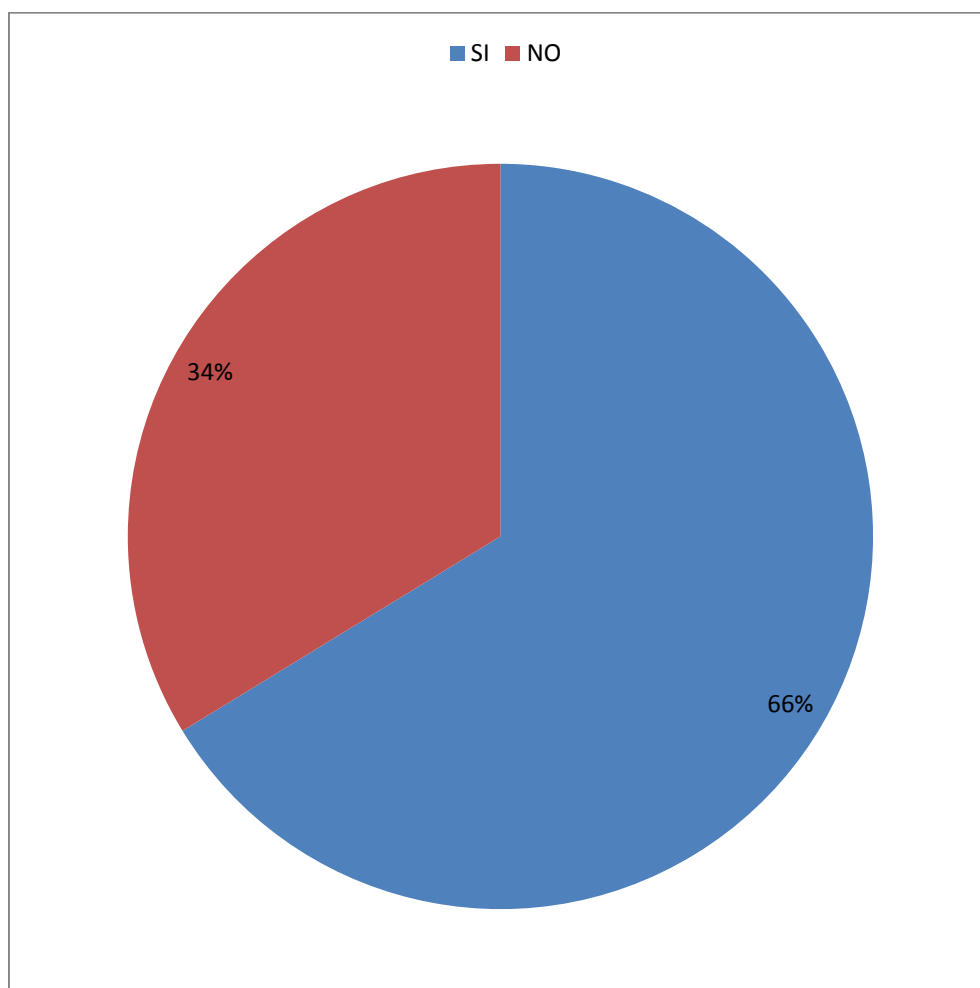


Figura 10: Detecta necesidades

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 6)

Análisis:

El entorno es uno de los factores más importantes de la actualidad, ya que siempre mantenemos contacto de las actividades que nos rodean, es por eso que 110 estudiantes, el 66% de nuestra investigación se encuentra detectando las necesidades de su alrededor.

5. ¿Considera tener una condición física adecuada para realizar actividades de mucho movimiento?

PREGUNTA 5- Condición física

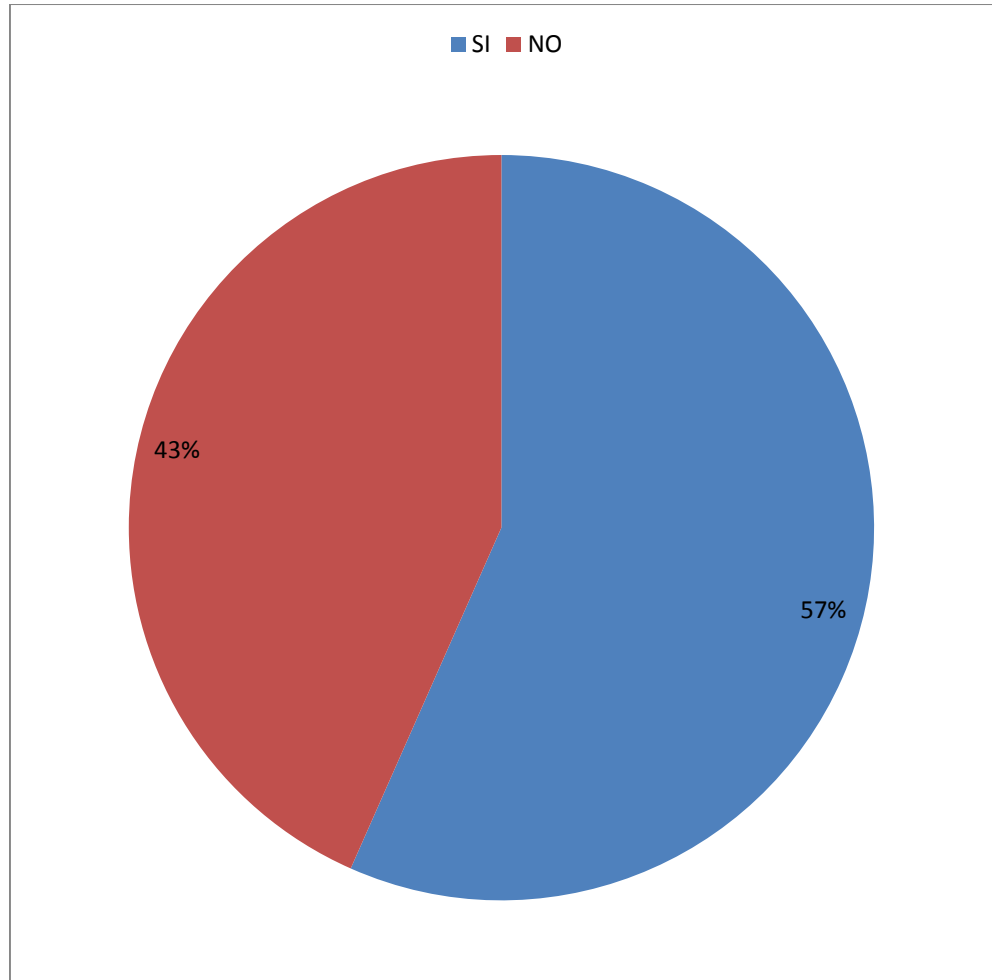


Figura 11: Condición física

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 7)

Análisis:

Para realizar este tipo de trabajo, es importante darnos cuenta de la condición física en la que se encuentra la actividad a realizar, es por eso que el 57% está consciente de esto, a diferencia del 43% que no tiene conocimiento de este tema.

6. Te agrada pasar tiempo de preferencia en lugares con clima

PREGUNTA 6- Clima

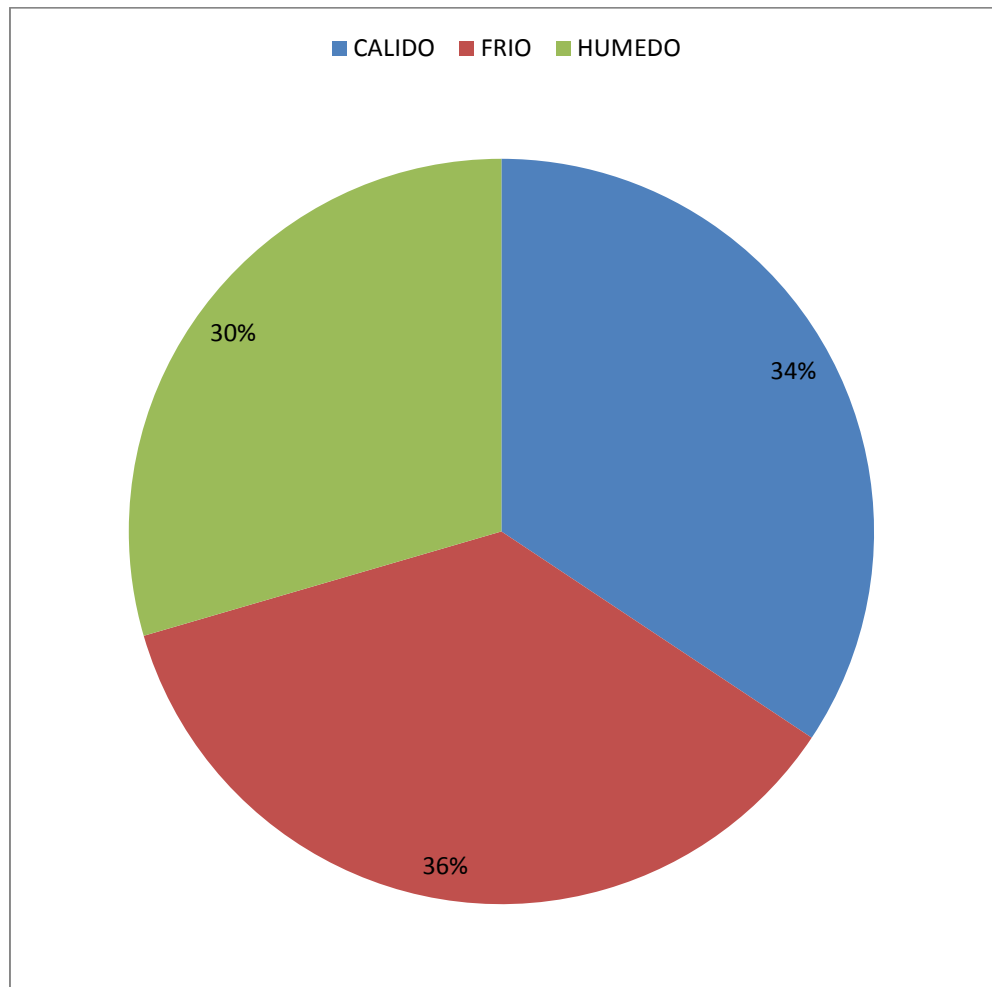


Figura 12: Clima

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 8)

Análisis:

En esta pregunta podemos filtrar a los estudiantes de acuerdo a su preferencia de clima, ya que simplemente no podemos obligar a no soportar un habitat en el cual se sentirán incómodos y no trabajaran de manera correcta.

Es por eso que esto se verá reflejado de acuerdo a las 5 reservas con su diferente clima.

7. ¿Le molestaría estar rodeado de variedad de insectos?

PREGUNTA 7- Insectos

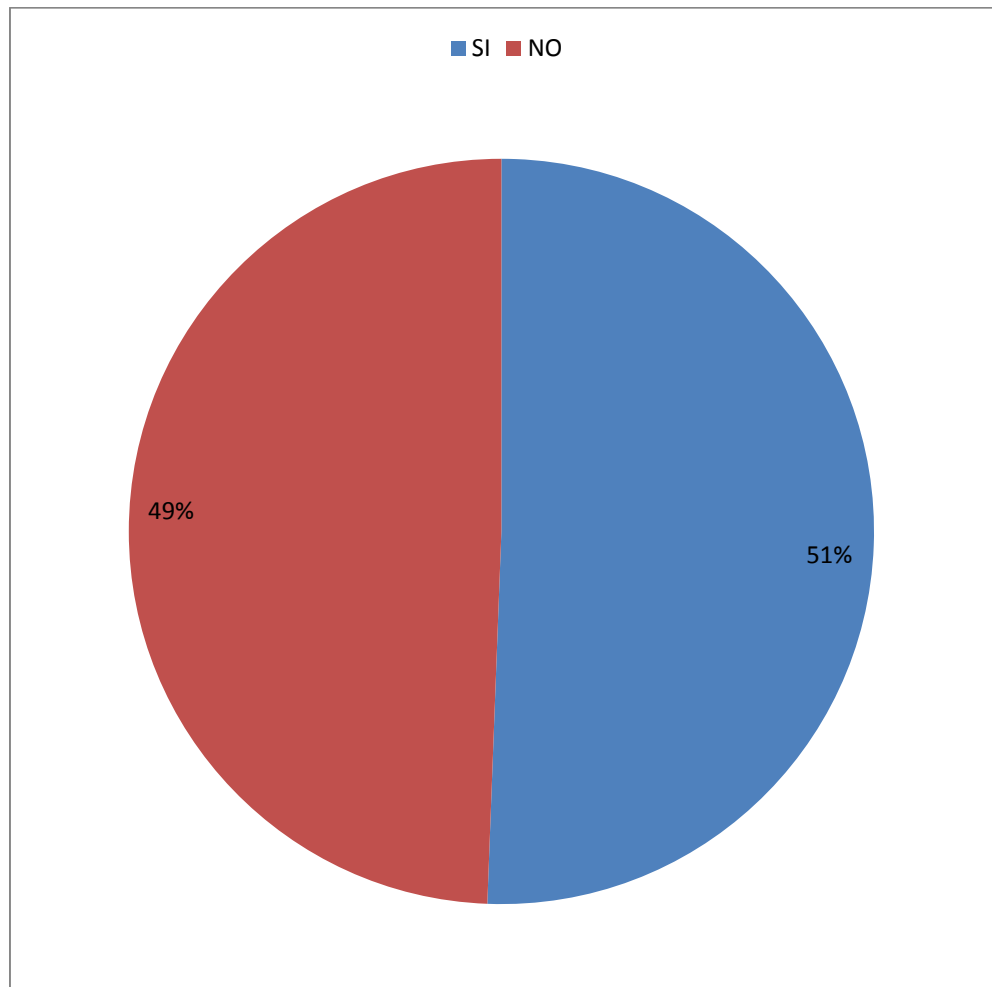


Figura 13: Insectos

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 9)

Análisis:

Aquí podemos darnos cuenta que existe casi una igualdad entre a los que les gusta o les fastidian los insectos, hay que tomar esto en cuenta, ya que si una persona no puede relacionarse con insectos no podrá hacer su pasantía en estos lugares.

84 personas no les molesta los insectos, pero a 82 personas si les molesta.

8. ¿Se adaptaría a estar mucho tiempo rodeado de animales salvajes?

PREGUNTA 8- Animales salvajes

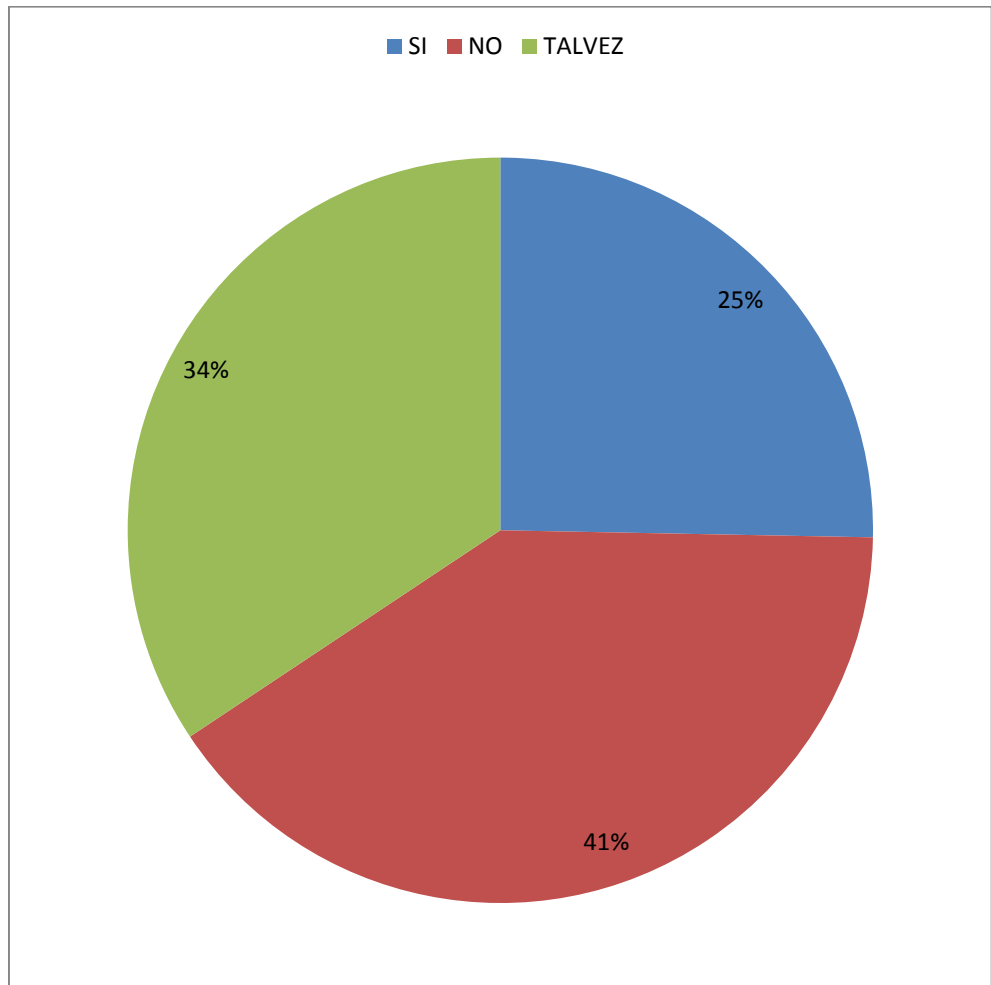


Figura 14: Animales salvajes

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 10)

Análisis:

Las 67 personas que definitivamente no soportan los animales salvajes, ellos no podrán realizar sus pasantías presenciales, sin embargo los estudiantes que tal vez acepten podrán tener una ventaja de superación para realizar su ayuda.

9. ¿Crees que se necesita vocación para ser voluntario?

PREGUNTA 9- Vocación

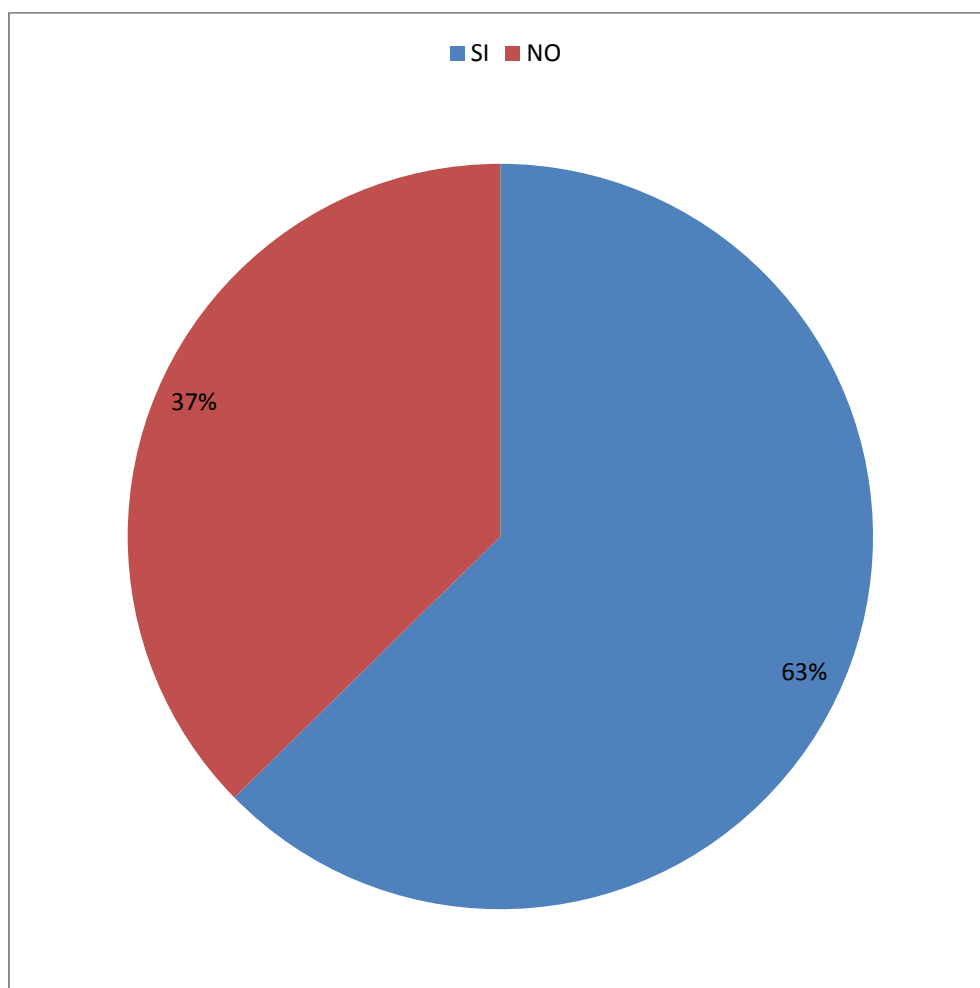


Figura 15: Vocación

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 11)

Análisis:

En esta pregunta solamente podemos darnos cuenta la percepción de los estudiantes, ya que 104 estudiantes creen que ser voluntarios es una vocación, sin embargo 62 estudiantes creen que no.

10. ¿Cree que el voluntariado es una actividad importante para ayudar a nuestro entorno?

PREGUNTA 10- Actividad importante (voluntariado)

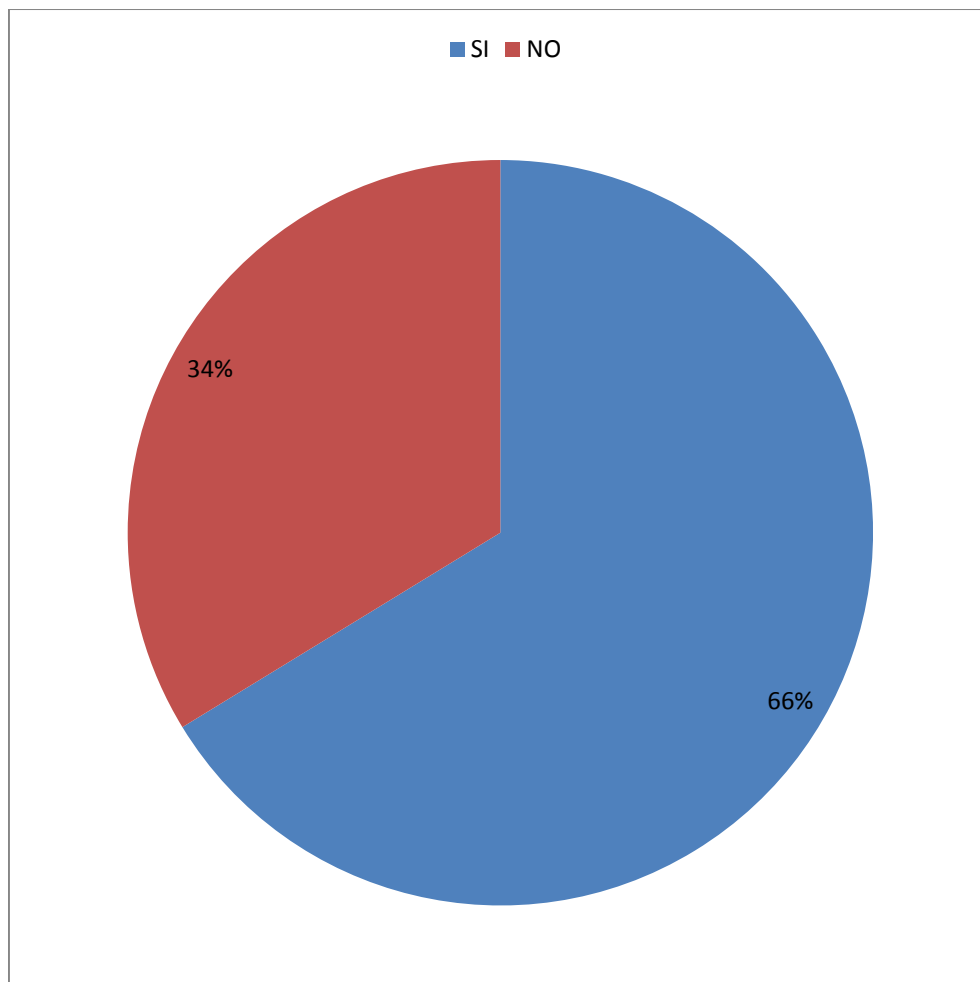


Figura 16: Actividad importante (voluntariado)

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 12)

Análisis:

Únicamente nos daremos cuenta de las personas que toman el voluntariado como algo importante para el entorno, tenemos 110 respuestas positivas de estudiantes que toman la iniciativa del voluntariado.

11. ¿Te gustaría escuchar acerca de un programa de voluntariado en el cual puedas participar?

PREGUNTA 11- Participar en Voluntariado.

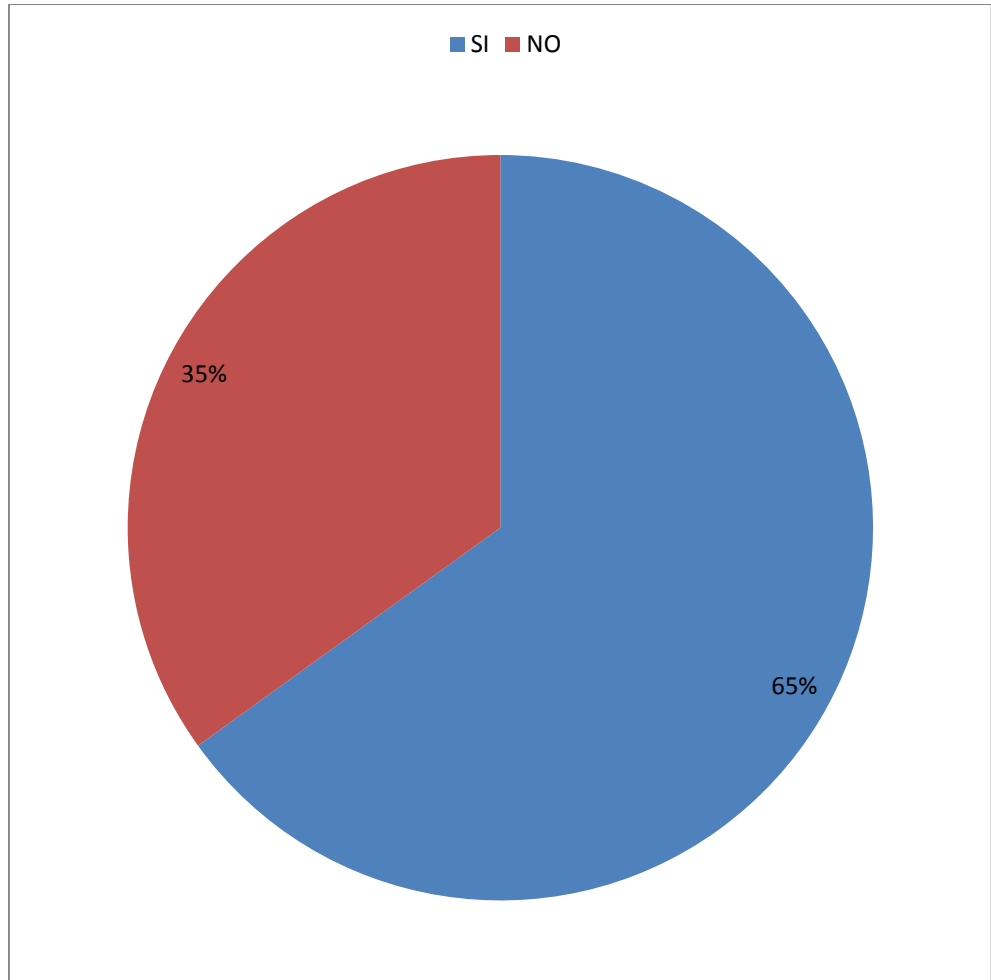


Figura 17: Participar en voluntariado.

Fuente: Investigación de campo

(Ver anexo 13)

Análisis:

La pregunta final es clave, ya que es parte del cierre de voluntariado, ya que existen 108 estudiantes que si desean escuchar acerca de esta iniciativa, lo que representa el 65% de nuestra investigación de campo.

3.9.3. Entrevista

La encuesta va dirigida al director de la fundación el cual se la realiza al Doctor Iván Morillo, ya que es la persona encargada de su funcionamiento y conoce bien respecto a decisiones tomadas en sus diferentes reservas así como es el encargado de promover a nivel internacional con el fin de obtener recursos

3.9.3.1. Entrevista director

1. ¿Qué es Jatun Sacha
2. ¿Cuál es su objetivo?
3. ¿Cuál es la principal función social que cumple la reserva?
4. ¿Posee el apoyo de entidades gubernamentales o no gubernamentales?
5. ¿A qué tipo de problemáticas se ha tenido que enfrentar la fundación en todo este tiempo de existencia?
6. ¿Tienen relación con alguna otra reserva?
7. ¿Qué tipo de investigaciones realiza la reserva?
8. ¿Qué tipo de personas son las que realizan las investigaciones?
9. ¿Cada qué periodo se realizan las investigaciones en la reserva?
10. ¿Qué tipo de avances han tenido en las investigaciones con lo que respecta a la silvicultura y reforestación?
11. ¿Cuáles son los lugares de atractivos turísticos visitados?
12. ¿Qué tiempo se demoran en realizar una investigación dentro de la reserva?
13. ¿Qué tipo de tecnología es implementada para realizar los respectivos estudios a cada especie de la reserva?
14. ¿Qué expectativas tienen para el futuro?
15. ¿Han pensado ampliar su ayuda con lo que respecta la preservación de especies en otras partes del país?
16. ¿Qué papel cumplen los voluntarios en Jatun Sacha.
17. ¿Cuál es el perfil del voluntario postulante que desean formar parte de la reserva?

(Se adjunta Grabación en el CD)

3.9.3.1.1. Diseño de campo.

Se realiza un muestreo no probabilístico por conveniencia de las universidades con carreras afines en administración, o alguna gestión con el medio ambiente A continuación se detalla las carreras en nuestras ramas de interés en la ciudad de Quito.

Carrera	Universidad	Tipo	Ciudad
Administración y dirección de empresas turísticas	Universidad Particular Internacional SEK	Presencial	Quito
Ingeniería en biotecnología	Universidad Particular Internacional SEK	Presencial	Quito
Ingeniería ambiental	Universidad Particular Internacional SEK	Presencial	Quito
Ingeniería en biotecnología de los recursos naturales	Universidad Politécnica Salesiana	Presencial	Quito
Ingeniería ambiental	Universidad Politécnica Salesiana	Presencial	Quito
Biología	Universidad San Francisco de Quito	Presencial	Quito
Comunicación ambiental	Universidad San Francisco de Quito	Presencial	Quito
Administración ambiental	Universidad San Francisco de Quito	Distancia	Quito
Medicina veterinaria	Universidad San Francisco de Quito	Presencial	Quito
Ingeniería ambiental	Universidad San Francisco de Quito	Presencial	Quito
Administración de empresas turísticas y conservación ambiental	Universidad Tecnológica Equinoccial	Distancia	Quito
Administración de empresas turísticas y conservación ambiental	Universidad Tecnológica Equinoccial	Presencial	Quito
Ciencias de la educación mención ciencias naturales	Universidad Tecnológica Equinoccial	Distancia	Quito
Ciencias de la educación mención ecología y medio ambiente	Universidad Tecnológica Equinoccial	Distancia	Quito
Administración hotelera y turística	Universidad Tecnológica Israel	Presencial	Quito
Ingeniería en administración hotelera y turística	Universidad Tecnológica Israel	Semipresencial	Quito
Ingeniería ambiental	Escuela Politécnica Nacional	Presencial	Quito
Ciencias biológicas	Pontificia Universidad Católica Del Ecuador	Presencial	Quito
Ciencias geográficas y medio ambiente	Pontificia Universidad Católica Del Ecuador	Presencial	Quito
Ecoturismo	Pontificia Universidad Católica Del Ecuador	Presencial	Quito
Agro negocios	Universidad Metropolitana	Presencial	Quito
Ingeniería en turismo y hotelería	Universidad Metropolitana	Presencial	Quito

Ingeniería en gestión turística y medio ambiente	Universidad Internacional Del Ecuador	Presencial	Quito
Ingeniería en administración de empresas hoteleras	Universidad Internacional Del Ecuador	Presencial	Quito
Administración de empresas hoteleras	Universidad Iberoamericana Del Ecuador	Presencial	Quito
Administración turística	Universidad Iberoamericana Del Ecuador	Presencial	Quito
Ingeniería en administración turística	Universidad Del Pacifico Escuela De Negocios	Presencial	Quito
Ingeniería en administración turística y hotelera	Universidad De Las Fuerzas Armadas (ESPE)	Presencial	Quito
Administración de empresas turísticas	Universidad De Las Américas	Presencial	Quito
Administración de empresas turísticas y hoteleras	Universidad De Las Américas	Presencial	Quito
Biotecnología	Universidad De Las Américas	Presencial	Quito
Medicina veterinaria y zootecnia	Universidad De Las Américas	Presencial	Quito
Ingeniería ambiental prevención y remediación	Universidad De Las Américas	Presencial	Quito
Administración de empresas comercializadoras de turismo	Universidad De Especialidades Turísticas	Presencial	Quito
Administración de empresas hoteleras	Universidad De Especialidades Turísticas	Presencial	Quito
Ciencias biológicas y ambientales	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Ciencias naturales y del ambiente biología y química	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Turismo ecológico	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Turismo histórico cultural	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Medicina veterinaria y zootecnia	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Ingeniería ambiental	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito
Ingeniería agronómica	Universidad Central del Ecuador	Presencial	Quito

(SENECYT, 2014)

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Evaluación de las hipótesis

A continuación vamos a ver la relación de las hipótesis que planteamos en nuestro proyecto, con los resultados de las entrevistas y encuestas que realizamos; para de esta manera comprobar si la teoría propuesta es la correcta o tenemos que reafirmar lo correcto.

4.1.1. Hipótesis 1.

H: La forma de llegar a los habitantes de Quito es proporcionar la suficiente información con medios publicitarios con el fin de que conozcan la Fundación Jatun Sacha.

¿Cuál es la mejor manera de posicionar la marca Jatun Sacha entre los habitantes de Quito con el fin de captar voluntarios potenciales?

Preg1, Preg3, Preg6, Preg7, Preg10, Preg11. (Hipótesis incorrecta)

¿Cree que El voluntariado es una actividad importante para ayudar a nuestro entorno?

PREGUNTA 10- Actividad importante (voluntariado)

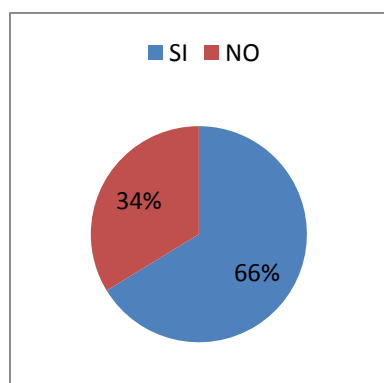


Figura 16: Actividad importante (voluntariado)

Fuente: Investigación de campo

Es muy importante tomar en cuenta la información del entorno en el que nos encontramos, ya que debemos reaccionar y saber cuáles son los problemas para poder ayudar.

Las preguntas que responden esta hipótesis nos permiten identificar cual es el perfil ideal de un voluntario que pueda apoyar a la Fundación Jatun Sacha, ya que no solo se necesita voluntad y ganas, sino diferentes factores que le permita a la persona realizar el apoyo.

Dentro de esta Hipótesis podemos identificar que necesitamos medios de comunicación no tradicionales para la captación de voluntarios dentro del sistema de la Fundación Jatún Sacha.

4.1.2. Hipótesis 2.

H: La Fundación Jatun Sacha considera que un perfil idóneo es una persona que tenga las ganas y la fortaleza para realizar actividades con el propósito de lograr satisfacción como persona por su labor relacionada. Referente a la Preg1, Preg3, Preg5, Preg8, Preg9. (Hipótesis incorrecta)

¿Crees que se necesita vocación para ser voluntario?

PREGUNTA 9- Vocación

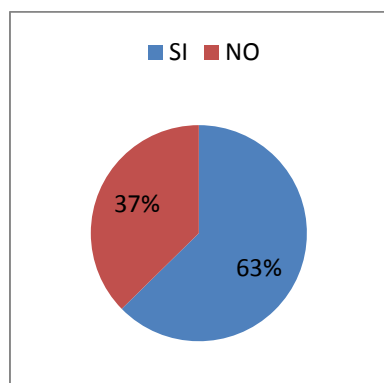


Figura 15: Vocación

Fuente: Investigación de campo

Un buen perfil de voluntario sabe las necesidades de su alrededor, ya que es totalmente consciente de los aspectos positivos y negativos que puede causar el hombre; para de esta manera reaccionar y poder hacer algo para su ayuda.

Podemos definir un buen perfil a alguien cuyas características sean las siguientes: fuerte, adaptable al medio ambiente, comprensivo, motivador, comprometidos, que les guste trabajar en equipo, entre los más importantes. Es muy importante esta relación, ya que el voluntario debe ser apto para poder realizar todas las actividades que sean necesarias para lograr la satisfacción en su labor.

La mayoría de personas relacionan que todo trabajo debe ser remunerado, en este punto nos podemos dar cuenta que la conciencia de la persona por el medio ambiente y la ayuda social es un punto estratégico en el voluntariado; ya que este impacto realmente es importante para mutuo beneficio.

Al igual que el clima, es muy importante el contacto con animales, ya que se deben tener en cuenta que no todos pueden soportar.

Desde el comienzo pensamos que este tipo de voluntariado lo puede realizar cualquier persona, pero debemos enfocarnos por captar más cantidad de hombres, ya que tienen la fuerza y perfil adecuado para adaptarse de manera más fácil a este trabajo; a diferencia de las mujeres, pueden tener ganas de ayudar, pero no soportar el entorno al que se van a enfrentar.

Es por eso que un aspecto importante es la facilidad de adaptación al medio ambiente

Es importante que los voluntarios tengan adaptación y preferencia por un tipo de clima, ya que sentirán el contacto con la naturaleza directamente y deben poder soportarlo de alguna manera.

Generalmente el voluntariado necesita específicamente personas que les guste trabajar en equipo, ya que varias actividades de las que se realizan necesitan apoyo.

En la mayoría de universidades o lugares en los que nos encontramos nos inculcan que el trabajo en equipo es una obligación más no algo personal; debemos entender que el voluntario debe trabajar con todo tipo de personas y relacionarse con todos de manera natural y con agrado.

4.1.3. Hipótesis 3.

H: La forma de promover la participación voluntaria, es exponiendo la realidad de la naturaleza, generando conciencia en ser humano y vean el impacto que causan por la falta del cuidado del hombre. Preg10 y Preg11. (Hipótesis incorrecta)

¿Te gustaría escuchar acerca de un programa de voluntariado en el cual puedas participar?

PREGUNTA 11- Participar en Voluntariado.

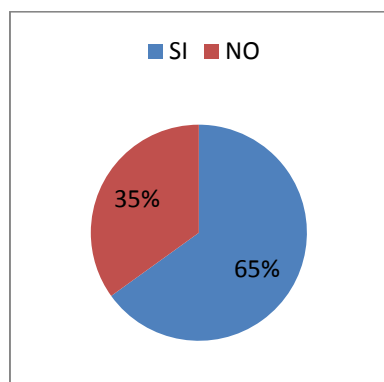


Figura 17: Participar en Voluntariado.

Fuente: Investigación de campo

Verificamos cuál es la mejor manera de Concienciar y sensibilizar a las personas para que realicen actividades sin fines de lucro.

Es verdad que ya existe la voluntad de muchas personas para realizar este tipo de actividades, pero una cosa es la teoría y otra la práctica, ya que

muchas de las personas tienen las ganas de realizar actividades sociales, pero el momento definitivo no lo hacen.

Existe un punto muy importante en este aspecto, el cual se llama egoísmo social y la miseria humana, lo cual genera conflictos emocionales que permiten dejar a un lado todo el entorno, preocupándose solo por el yo mismo.

Debemos concientizar a las personas que el voluntariado es un proyecto de vida muy hermoso, que su recompensa se basa únicamente en el amor y satisfacción personal.

4.1.4. Hipótesis 4.

H: Se debe realizar actividades conjuntas entre las Universidades y la Fundación con el fin de promover a que realicen voluntariado y de esa forma lo tome como propósito académico y personal, no lucrativo, Preg10. (Hipótesis correcta)

Cómo se debe Promover la conservación de reservas eco-biológicas entre los Jóvenes, especialmente Universitarios con carreras afines a esta actividad, de la ciudad de Quito

Los jóvenes en la actualidad no creen tener tiempo para realizar cualquier tipo de actividad extra; al nosotros realizar este tipo de actividades de manera obligatoria vamos a recibir la aceptación por los perfiles adecuados de voluntarios, y lo aceptarán con gusto.

Podemos concluir que la mejor opción para realizar el voluntariado en los jóvenes universitarios es por medio de las pasantías sociales, de esta manera realizaran el trabajo completo y sin quejarse.

4.2. Fortalezas

- La fundación Jatun sacha es una fundación financieramente sostenible, ya que tiene sus ingresos permanentes de donadores mayoritariamente extranjeros.
- La fundación Jatun sacha tiene presencia más allá del cuidado ambiental que aporta a la comunidad con programas educativos.
- Por el tipo de actividades que realiza la fundación no tiene competencia directa sino aliados estratégicos que cuidan el medio ambiente.
- Oferta de capacitaciones gratuitas de manejo del entorno fauna y flora.
- Mantiene contacto con las poblaciones cerca a sus centros operativos a través de capacitación artesanal.
- Mantiene programas de reforestación como respuesta a la tala de árboles.
- La fundación Jatun sacha cuenta con espacios para desarrollo de investigación científica.

4.3. Debilidades

- La gestión de comunicación es deficiente.
- El administrador procura mantener contacto con voluntarios extranjeros antes que los nacionales.
- Alta rotación de voluntarios
- Procesos no definidos que generan descontento entre los voluntarios.
- La administración cree que “la voluntad es lo único que se necesita para ayudar” sin considerar el perfil actitudinal y pictográfico de los voluntarios.
- No posee ningún tipo de apoyo gubernamental y social.
- Oficinas administrativas solo en Quito mientras tiene presencia operativa a nivel nacional.

4.4. Oportunidades

- Programas de gobierno para el control a la tala indiscriminada de los arboles
- Proyectos de leyes LOBA que protejas la integridad de animales.
- Obligatoriedad de pasantías sociales 240 horas y profesionales 160 horas

Sociales

- Existencia de carreras universitarias relacionadas a la gestión y aprovechamiento sostenible del medio ambiente.
- Los jóvenes son cada vez más conscientes de la importancia de proteger flora y fauna
- Grupos de protección al medio ambiente y animales.

4.5. Amenazas

- Existe una gran demanda de madera.
- El entorno ambiental- natural expone a los voluntarios a condiciones inclementes.
- El interés del gobierno de desarrollar industria a pesar del impacto en el medio ambiente pone en peligro las reservas.
- Las personas que ven la flora y fauna con un fin de lucro.
- Falta conciencia de las personas ante los derechos de los animales.
- La población prefiere su bienestar antes que el bienestar del medio ambiente.
- El joven ecuatoriano priorizan tiempo a actividades vanas antes que asignar ese tiempo al trabajo social.

4.6. Síntesis del análisis situacional

4.6.1. Matrices de evaluación

Para obtener los factores en una Fundación se tomó en cuenta el manejo de la organización por lo que al analizar su funcionalidad se entiende que es

diferente a una empresa por lo que utiliza fondos a través de donaciones por tal razón al ser una organización sin fines de lucro se obtuvo los siguientes factores.

Factores Claves del Éxito – FCE

Tabla 1

Factores del éxito

FCE en la industria - Voluntariado Vocacional	Importancia
Fidelización de los Voluntarios	7
Aliados Estratégicos	8
Gestión financiera estable	9
Competencia eficiente del Voluntario	5
infraestructura adecuada	7
procesos de trabajo definidos	9

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 2

Matriz PAI

Matriz Priorización de Fortalezas y Debilidades Matriz PAI								
	Factores clave de éxito en la industria						TOTAL	PRIORIDAD
	Procesos de Trabajos Definidos	Infraestructura Adecuada	Competencia Eficiente del Voluntario	Gestion Financiera Estable	Aliados Estrategicos	Fidelizacion de los Voluntarios		
Importancia	9	7	5	9	8	7		
Debilidades								
La gestion de comunicación es deficiente	3	7	1	7	8	2	222	P4
El administrador procura contacto con los voluntarios extranjeros antes que los nacionales	2	5	2	5	4	6	182	P3
Alta Rotacion de Voluntarios	5	7	9	5	7	4	268	P1
Procesos no definidos generan descontento entre los voluntarios	4	6	6	2	2	2	156	P5
No posee ningun tipo de Apoyo Gubernamental y Social	4	4	4	4	1	2	142	P6
Oficinas Administrativas solo en Quito mientras tiene Presencia Operativa a Nivel Nacional	7	8	2	4	3	5	224	P2

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 3

Matriz PAI 2

Matriz Priorización de Fortalezas y Debilidades Matriz PAI								
	Factores clave de éxito en la industria							
	Procesos de Trabajos Definidos	Infraestructura Adecuada	Competencia Eficiente del Voluntario	Gestion Financiera Estable	Aliados Estrategicos	Fidelizacion de los Voluntarios	TOTAL	PRIORIDAD
Importancia	9	7	5	9	8	7		
Fortalezas								
Es una Fundación Financieramente Sostenible	8	4	8	6	5	9	297	P6
Aporta a la Comunidad con Programas Educativos	9	7	10	9	8	8	381	P1
Aliados Estrategicos	8	4	6	7	9	8	321	P5
Capacitaciones Gratuitas del Manejo del Entorno Fauna y Flora	9	9	4	8	9	6	350	P2
Programas de Reforestación como Respuesta a la Tala de Árboles	8	8	7	5	9	7	329	P4
Desarrollo de Investigación Científica	8	9	7	6	7	8	336	P3

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 4

Matriz EAI

Matriz Priorizacion de Oportunidades y Amenazas Matriz EAI				
LISTADO DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	Calificación Total	Calificación Ponderada	Efectividad de la Empresa	Efectividad Ponderada
FORTALEZAS				
F1	297	0,0926	1	0,09258
F2	381	0,1188	4	0,47506
F3	321	0,1001	2	0,20012
F4	350	0,1091	3	0,32731
F5	329	0,1026	2	0,20511
F6	336	0,1047	3	0,31421
DEBILIDADES				
D1	222	0,0692	3	0,20761
D2	182	0,0567	1	0,05673
D3	268	0,0835	4	0,33416
D4	156	0,0486	2	0,09726
D5	142	0,0443	2	0,08853
D6	224	0,0698	3	0,20948
TOTAL	3208	1		2,60817

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

La matriz EAE analiza factores externas que afecten a nuestra organización la cual al analizar tenemos que la Fundación no aprovecha satisfactoriamente las oportunidades del mercado, oportunidades de captar voluntarios. Las razones son por el poco interés de la ciudadanía al realizar actividades sociales sin fines de lucro, por lo que al pensar en la competencia es casi nula pero se está trabajando en alianzas con el fin de mejorar su trabajo participativo a nivel nacional.

Tabla 5

Matriz PAE

Matriz Evaluacion del nivel de competitividad de la Empresa Matriz PAE								
	Factores clave de éxito en la industria							
	Procesos de Trabajos Definidos	Infraestructura Adecuada	Competencia Eficiente del Voluntario	Gestion Financiera Estable	Aliados Estrategicos	Fidelizacion de los Voluntarios	TOTAL	PRIORIDAD
Importancia	9	7	5	9	8	7		
Oportunidades								
Programas de Gobierno para el control a la tala de Arboles	8	8	4	3	8	7	288	P2
Proyectos de Leyes Loba que Protejas la Integridad de Animales	9	9	3	4	8	8	315	P1
Obligatoriedad de Pasantias Sociales	4	6	7	4	8	8	269	P5
Existencia de Carreras Universitarias Relacionadas al Medio Ambiente	2	4	7	4	8	8	237	P6
Los Jovenes son mas Conscientes de la Importancia de Proteger Flora y Fauna	5	7	6	5	7	8	281	P4
Grupos de Protección al Medio Ambiente y Animales	7	7	8	6	7	7	311	P3

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 6

Matriz PAE 2

Matriz Evaluacion del nivel de competitividad de la Empresa Matriz PAE								
	Factores clave de éxito en la industria						TOTAL	PRIORIDAD
	Procesos de Trabajos Definidos	Infraestructura Adecuada	Competencia Eficiente del Voluntario	Gestion Financiera Estable	Aliados Estrategicos	Fidelizacion de los Voluntarios		
Importancia	9	7	5	9	8	7		
Amenazas								
Existe una Gran Demanda de Tala de bosques	4	5	4	5	8	8	256	P5
El Entorno Ambiental - Natural Expone a los Voluntarios a Condiciones Inclementes	9	9	8	7	8	8	367	P2
El Interes del Gobierno de Desarrollar Industria a pesar del Impacto en el medio Ambiente pone en Peligro las Reservas	8	8	4	5	8	8	313	P3
Falta Conciencia de las Personas ante los Derechos de los Animales	4	7	8	8	8	8	317	P4
La Poblacion preferete su Bienestar antes que el Bienestar del Medio Ambiente	2	4	7	6	7	7	240	P6
El Joven Ecuatoriano Priorizan Tiempo a Actividades Vanas antes que Asignar ese Tiempo al Trabajo Social	10	10	2	6	8	8	344	P1

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 7

Matriz EAE

LISTADO DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	Calificación Total	Calificación Ponderada	Efectividad de la Empresa	Efectividad Ponderada
Oportunidades				
O1	288	0,0814	3	0,2442
O2	315	0,0890	4	0,3561
O3	269	0,0760	2	0,1521
O4	237	0,0670	1	0,0670
O5	281	0,0794	3	0,2383
O6	311	0,0879	3	0,2637
Amenazas				
A1	256	0,0724	1	0,0724
A2	367	0,1037	4	0,4149
A3	313	0,0885	3	0,2654
A4	317	0,0896	3	0,2688
A5	240	0,0678	1	0,0678
A6	344	0,0972	4	0,3889
TOTAL	3538	1		2,7996

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

La matriz EAE analiza factores externos que afecten a nuestra organización la cual al analizar tenemos que la Fundación no aprovecha satisfactoriamente las oportunidades del mercado, oportunidades de captar voluntarios. Las razones son por el poco interés de la ciudadanía al realizar actividades sociales sin fines de lucro, por lo que al pensar en la competencia es casi nula pero se está trabajando en alianzas con el fin de mejorar su trabajo participativo a nivel nacional.

Tabla 8

Matriz PC

Factores Clave de Éxito en la Industria (FCE)	Importancia	Importancia Ponderada	Competidor A		Competidor B		Empresa	
			Efecti	Ponder.	Efecti	Ponder.	Efecti	Ponder.
Competencia eficiente del Voluntario	5	0,11111	3	15	4	20	3	15
Infraestructura adecuada	7	0,15556	4	28	2	14	4	28
Procesos de trabajo definidos	9	0,20000	2	18	2	18	3	27
Fidelización de los Voluntarios	7	0,15556	3	21	2	14	4	28
Aliados Estratégicos	8	0,17778	2	16	3	24	4	32
Gestión financiera estable	9	0,20000	3	27	3	27	3	27
TOTAL	45	1,00		125		117		157

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

CAPÍTULO 5

PROPUESTA MERCADÓLOGICA

5.1. Estrategias de marketing

Al definir estrategias podemos analizar el punto de vista de la Fundación Jatun Sacha del estado en que se encuentra la marca frente a las demás Fundaciones, por tal razón al haberse recopilado la información obtenida, por información interna de la misma e información obtenida del voluntario con el fin de incrementar su participación económica y de voluntarios.

Se analizó utilizar 4 estrategias principales para incrementar los voluntarios en la Fundación con el fin de promover Fidelización de los mismos.

5.2. Posicionamiento

Se basa en ubicar un producto o servicio de una empresa en relación con la competencia, es utilizado para medir la competencia y relacionarla con los consumidores, para saber su forma de pensar y necesidades.

Al identificar este concepto la Fundación Jatun Sacha en el aspecto de los voluntarios podemos analizar que la marca debe mejorar ciertos aspectos con el propósito de lograr fidelizar a los voluntarios así como ellos ser un mecanismo de comunicación, ser precursores de trabajo social en las diferentes Universidades indistintamente de la carrera, ya que en lo que respecta a carreras relacionadas al medio ambiente puede ser voluntarios de campo y los de diseño o a fines precursores del manejo de la parte tecnológica con el fin de captar voluntarios y ahorrar recursos.

5.3. Promoción

Identifica en el marketing como una herramienta para hacerlo al producto más atractivo conjuntamente con la comunicación por lo que en las

empresas suelen utilizarlo para dar a conocer nuevos productos o servicios a precios de oferta con el fin de penetrar al producto y lograr posicionarse.

En esta estrategia la Fundación Jatun Sacha quiere lograr la idea de una pasantía social para los jóvenes universitarios en el periodo de tiempo que lo requieran pero a su vez que ellos sean la forma de comunicación para el resto de jóvenes, así como ellos también manejan una página web promocionando turismo ecológico para colegios especialmente de bachillerato para conocer sus reservas.

5.4. Fidelización

Esto se lo considera como objetivo, que un cliente existente se haga un cliente fiel, es decir que considere como su primera opción la compra de un producto y no de forma esporádica. Lo que logra mantener al producto ya sea como estrella o como vaca.

Estratégicamente la Fundación Jatun Sacha su principal objetivo es lograr voluntarios fieles que conserven la idea de apoyo hacia la fundación y no pensar en la idea de cambiar de hábito, la fundación sabe cómo lograr hacer que se adapten sus voluntarios y también brindándole unas adecuadas instalaciones, sabiendo que en el caso de que zonas no pobladas es difícil lograrlo por los costos, pero no es un factor relevante que imposibilite a lograr fidelizar a sus voluntarios ya que existen circunstancias como es el contacto con la naturaleza y los animales que logran la relajación de la persona.

5.5. Plaza – cobertura

Al decir plaza o cobertura nos identificamos en el mercado, en segmentar y analizar las ideas de cubrir mercados sin explotar. Para ser más claros es como y donde comercializar el producto o servicio que ofrece la empresa, ya que se tiene en cuenta dentro de esto los canales de distribución para el movimiento físico y factibilidad del cliente.

En este caso la Fundación Jatun Sacha cuenta con alianzas estratégicas que promueven una expansión y soporte para captar más voluntarios no solo en Quito, si no en el Ecuador, así como también cuenta con una página web, la cual es difundida para informar al voluntario extranjero sobre cómo ayudar al ecosistema en nuestro país y voluntariado tanto económico como físico.

5.6. Aporte táctico – Estratégico

5.6.1. Actividades Tácticas

5.6.1.1. Rediseño de imagen corporativa.

El rediseño de la imagen actual de la fundación, busca no solo mejorar la imagen marca, sino también conseguir mayor presencia y posicionamiento de la misma entre las empresas y personas actuales y potenciales, que soportan su gestión.

5.6.1.1.1. Logo



Mensaje logo

Simbología

Manos - tronco: Significa el apoyo del hombre hacia la naturaleza

Arboleda: Simbología de naturaleza.

Rana: Simbología de animales.

Análisis estructural de gama de colores

Verde: El verde es un color de crecimiento que representa la vida, la renovación y el renacimiento; está asociado con el medio ambiente, naturaleza y armonía.

Amarillo: Es el color del sol, ya que representa luz y felicidad, pero también precaución, con éste color se capta la atención y se crea calidez.

Naranja: Este es un color cálido, juvenil y extravagante ya que transmite energía y diversión.

Rojo: Es un color relacionado con sentimientos como coraje, valentía, y fuertemente el amor.

Negro: Color asociado con poder, elegancia, secretos y misterios.

Azul: Representa calma, frescura, libertad, éxito y seguridad.

Café: Color que representa a la tierra y madera, este generalmente transmite calidez.

5.6.1.1.2. Hoja membretada

Antes – Hoja membretada



Figura 20: Hoja membretada antes

Fuente: Jatun Sacha.

Propuesta- Hoja membretada

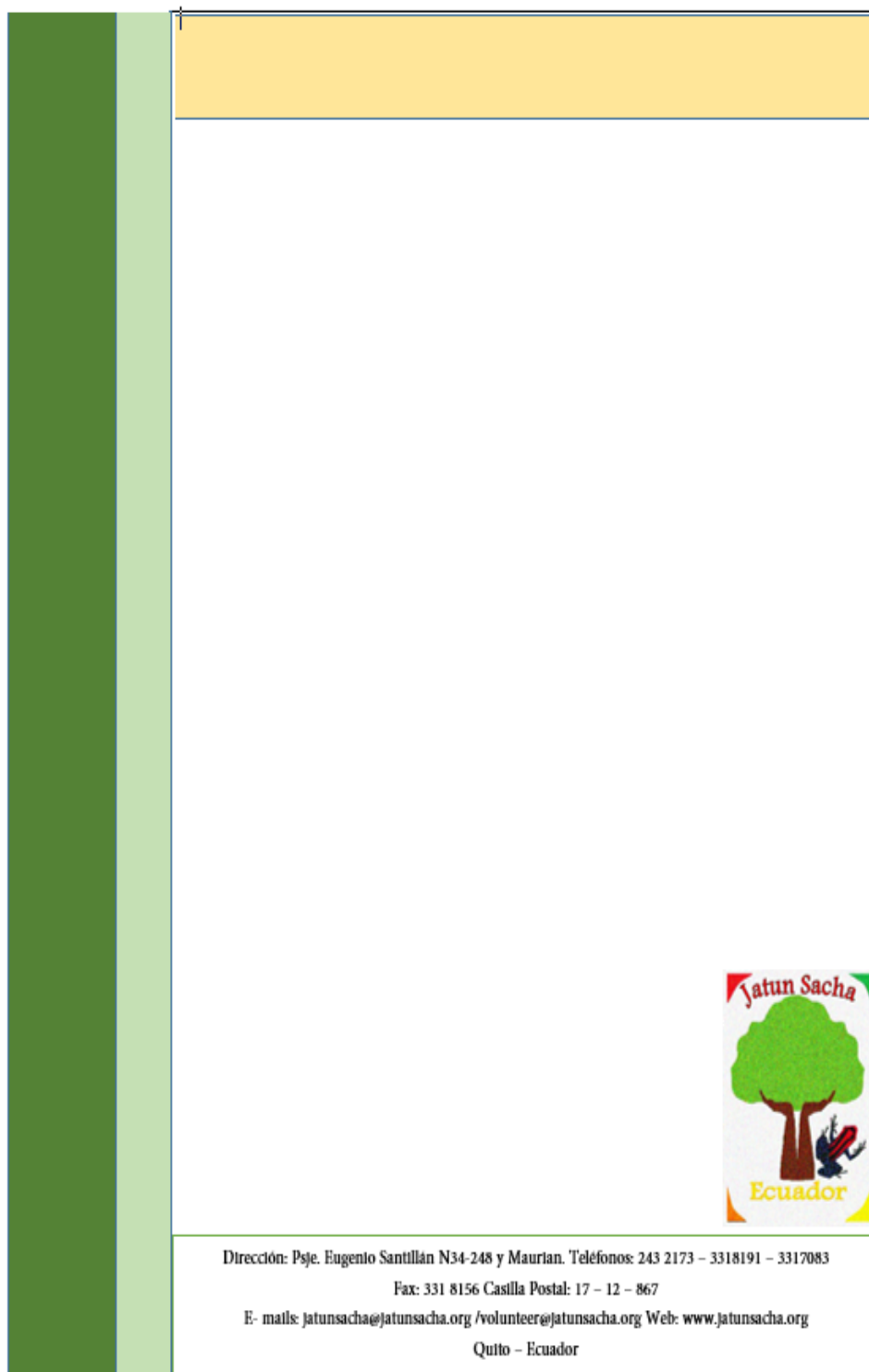


Figura 21: Hoja membretada propuesta

Elaborado por: Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Presupuesto:

Tabla 9

Actividad 1

ACTIVIDAD 1							
Item	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento propio	Financiamiento terceros
Papel	Anual	Resma	20	\$ 4,75	\$ 95,00	\$ 95,00	
Impresiones Diseño de imagen	Mensual	Unidad	200	\$ 0,35	\$ 70,00	\$ 70,00	
Diseñador grafico	Anual	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Inscripcion del logo	Anual	Unidad	1	\$ 63,80	\$ 63,80		\$ 63,80
Gestion Administrativa	Mensual	Horas	47	\$ 4,00	\$ 2.256,00	\$ 2.256,00	
Gestion Administrativa. (Act. 1)	Mensual	Horas	12	\$ 4,00	\$ 48,00		
Gestion Administrativa. (Act. 2)	Mensual	Horas	10	\$ 4,00	\$ 40,00		
Gestion Administrativa. (Act. 3)	Mensual	Horas	5	\$ 4,00	\$ 20,00		
Gestion Administrativa. (Act. 4)	Mensual	Horas					
Seguimiento	Mensual	Horas	5	\$ 4,00	\$ 20,00		
Gestion Administrativa. (Act. 8)	Mensual	Horas	15	\$ 4,00	\$ 60,00		
TOTAL					\$ 2.584,80	\$ 2.521,00	\$ 63,80

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

El costo de esta actividad se va a tomar en cuenta por parte de la junta de directorio para decidir si se hace o no el cambio de imagen corporativa.

5.6.2. Alianzas estratégicas con universidades.

Fomentar en las Universidades una carta de presentación para que realicen voluntariado como pasantía.

Considerando el nuevo Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior en su decreto No. 865, mismo que expresa la obligatoriedad de las pasantías universitarias:

“Los servicios a la comunidad se realizarán mediante prácticas y pasantías pre profesionales, en los ámbitos urbano y rural, según las propias características de la carrera y las necesidades de la sociedad.”
(CES, 2014)

Se propone crear convenios con las direcciones de carrera de cada Universidad para que los estudiantes realicen sus pasantías Sociales en la Fundación Jatún Sacha.

Se realizará visitas a las universidades para presentar la fundación y las oportunidades que se presentan acerca de voluntariado para los estudiantes, aquí existirán diferentes tipos de voluntarios para la fundación; en este caso podemos fomentar el turismo por medio de carreras Turísticas quienes serán nuestro apoyo en cada reserva.

Otro tipo de carreras; relacionadas con la investigación de la naturaleza, como Biotecnología pueden hacerse presentes en los temas de investigación científica y desarrollo de especies; ya que al tener que hacer uso de sus conocimientos, estarán validando las pasantías de su carrera.

El voluntario no deberá dar ninguna aportación económica a la Fundación, ya que su voluntariado será validado como pasantía además contarán con capacitación para poder realizar su labor, dichas capacitaciones podrían dictarse en las oficinas de la fundación en la ciudad de Quito, cumpliendo con el objetivo de dar a conocer puntos claves de acuerdo a cada reserva y su manejo.

Una vez realizada la pasantía, se entregará el respectivo certificado para la validación de la pasantía en las distintas universidades, sin embargo el estudiante tendrá la oportunidad de permanecer como voluntario privado de la Fundación Jatún Sacha.

Tabla 10
Horas de pasantías profesionales

Requerimiento FA2033 Horas	15
Horas Requeridas Ley	240
Horas Auto sustentabilidad	48
Horas Académicas	192
Semanas	12,8
Aproximación meses	3,20

Nota: Investigación de campo
Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 11

Horas de pasantías Sociales

Requerimiento FA2033 Horas	15
Horas Requeridas Ley	160
Horas Auto sustentabilidad	30
Horas Académicas	130
Semanas	8,67
Aproximación meses	2,17

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 12

Capacidad Instalada

	SCY	JS	BILSA	GUANDERA	CONGAL
	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS
ENERO	23	7	2	1	5
FEBRERO	40	13	6	4	9
MARZO	26	7	3	4	2
ABRIL	24	4	2	3	3
MAYO	67	5	9	1	3
JUNIO	20	9	4	3	2
JULIO	20	8	2	0	0
AGOSTO	25	1	6	0	2
SEPTIEMBRE	12	1	1	0	0
OCTUBRE	7	2	1	0	1
NOVIEMBRE	1	0	0	0	0
DICIEMBRE	1	0	0	0	0
Promedio Mes	22	5	3	1	2

Nota: Histórico voluntarios 2014 / fundación Jatun Sacha

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Análisis de presupuesto de manutención voluntarios- Necesidad ideal requerida

Tabla 13

Necesidad requerida de voluntarios

	necesidad real voluntarios mes	voluntarios actuales promedio mes	propuesta a conseguir +60% mes	costo manutención / voluntario año	costo actual manutención año reserva	costo manutención año reserva propuesto
SCY	50	22	35	\$ 13.140,00	\$ 291.270,00	\$ 466.032,00
JS	50	5	8	\$ 8.760,00	\$ 41.610,00	\$ 66.576,00
BILSA	25	3	5	\$ 8.760,00	\$ 26.280,00	\$ 42.048,00
GUANDERA	30	1	2	\$ 8.760,00	\$ 11.680,00	\$ 18.688,00
CONGAL	16	2	4	\$ 8.760,00	\$ 19.710,00	\$ 31.536,00
TOTAL	171	34	54	\$ 48.180,00	\$ 390.550,00	\$ 624.880,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Presupuesto:

Tabla 14

Actividad 2

ACTIVIDAD 2							
Item	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Certificados	Semestral	Unidad	100	\$ 5,00	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
Capitaciones (capacitador y materiales)	Semestral	Unidad	5	\$ 60,00	\$ 600,00		\$ 600,00
Carta de presentacion de la fundacion	Semestral	Unidad	300	\$ 5,00	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00
Transporte presentacion de la fundacion.	Mensual	Unidad	60	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 300,00	
Arriendo Locales con implementos de capacitacion		Unidad			\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	
Locales para capacitacion. (Act. 2)	Mensual	Unidad	1	\$ 900,00	\$ 9.600,00		
Oficinas para Gestión Administrativa. (Act. 3)	Mensual	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00		
TOTAL			467	\$ 1.375,00	\$ 36.100,00	\$ 15.900,00	\$ 4.600,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.3. Alianzas estratégicas con empresas

Se propone realizar convenios con empresas privadas con el fin de captar recursos tanto económicos como materiales para el funcionamiento de la Fundación Jatun Sacha.

Las relaciones públicas con empresas proveedoras de servicios como imprentas o agencias publicitarias (hojas membretadas, carpetas, flyers, útiles), así como industrias que faciliten recursos de reciclaje o bienes para la operatividad de la fundación como colchones, ropa, fundas para viveros, semillas, abonos, etc. Permitiendo a la fundación ahorrar recursos financieros que antes eran destinados a necesidades similares

Para cumplir con este objetivo, el Presidente de la fundación visitará empresas, posterior confirmación de citas mediante llamadas generadas por los voluntarios – pasantes, presentando a la institución y promoviendo la marca.

La forma de convencer a estas empresas será bajo el discurso de Promoción de su marca corporativa, como “Elementos activos en Pro de la Responsabilidad Social con el Medio Ambiente y la Comunidad”.

Estas marcas tendrán espacio para promocionar su logo en la página web y sitios de redes sociales de la fundación, así mismo podrán colocar enlaces a sus páginas propias en los comentarios y twits de Jatun Sacha siempre y cuando los mismos generen aportes de conciencia por el cuidado ambiental.

La propuesta consiste en lograr 30 visitas efectivas a empresas cada semestre posterior gestión de llamadas de los pasantes.

Costo de plan contactos y visitas

Tabla 15

Actividad 3

ACTIVIDAD 3								
Tipo	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Semestral	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Tiempo en llamada 130	130	Minuto	7	\$ 0,14	\$ 18,20	\$ 36,40	\$ 36,40	
CONTACTOS EFECTIVOS VISITA	30	Unidad	30	\$ 6,00	\$ 180,00	\$ 360,00	\$ 360,00	
TOTAL					\$ 198,20	\$ 396,40	\$ 396,40	

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.4. Voluntarios virtuales: gestión de redes sociales para promover la marca Jatun Sacha, sus programas y fomentar voluntariado juvenil.

La empresa cuenta con páginas de redes sociales, mismas que no tienen un buen uso, ni promoción; el propósito es eliminar esta debilidad convirtiéndolo en una tarea apta para validar las pasantías de estudiantes no relacionados a carreras medio ambientales.

Este voluntariado es muy importante, ya que los jóvenes no solo serán voluntarios presenciales, gestionando las herramientas digitales de promoción y comunicación dando un apoyo tecnológico, que toma en cuenta el manejo de la página web y de las diferentes redes sociales por medio de apalancamiento de la Fundación Jatún Sacha.

En este voluntariado podemos incluir específicamente a estudiantes de carreras de publicidad, marketing, Diseño Gráfico, Programación o carreras informáticas, ya que ellos serán los que brinden apoyo y soporte de redes sociales y manejo de la página web, el cual estará enfocado directamente para llamar la atención de los jóvenes Universitarios, ya que en esta información virtual se dará constantemente información acerca de los programas que tiene la empresa, avances, y nuevos proyectos.

Los pasantes que gestionen redes sociales, deberán realizar aportes diarios de comentarios, editoriales, twits, etc. que agreguen valor a estas páginas, de la misma manera deberán responder a dudas que terceros puedan realizar en dicha red.

Los aportes de los estudiantes a las redes deberán ser registrados de manera individual y serán auditados en el historial de cada página, a continuación se adjunta el Manual de equivalencias de aportes vs horas de pasantías y lineamiento de cuánta información se puede subir al día.

Equivalencia actividad – horas pasantía

Tabla 16

Horas de pasantía virtual

Actividad realizada	Horas pasantía	Participación máxima al día	Horas máximas total día
Editar la pagina web y agregar aplicaciones (imágenes, videos, información de la fundación)	2	2	4
Responder mensajes privados en nombre de la página Facebook o twitter)	2	3	6
Responder y eliminar comentarios y publicaciones de cualquier pagina	1	2	2
Crear anuncios con nueva información (videos, imágenes, texto)	3	2	6
Gestión de Quejas	4	1,5	6
			24

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 17

Temporalidad de pasantía virtual

Horas máximo al día	Pasantía profesional horas requeridas	Tiempo mínimo / días cumplimiento pasantías
24	260	11

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.5. Redes sociales y página web

Presupuesto:

Tabla 18

Actividad 4

ACTIVIDAD 4							
Item	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Contrato de medios para desarrollo	Anual				\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Mantenimiento Facebook	Anual		1	\$ 40,00	\$ 40,00		
Rediseño Facebook	Anual		1	\$ 80,00	\$ 80,00		
Rediseño Twitter	Anual		1	\$ 80,00	\$ 80,00		
Rediseño Pagina Web	Anual		6	\$ 150,00	\$ 900,00		
Mantenimiento Pagina Web	Anual		2	\$ 50,00	\$ 100,00		
Derecho IP pagina Web	Anual		1	\$ 120,00	\$ 120,00		\$ 120,00
Internet Banda ancha	Anual		12	\$ 50,00	\$ 600,00		\$ 600,00
TOTAL			24	\$ 570,00	\$ 1.920,00	\$ 1.200,00	\$ 720,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Twitter Fundación Jatun Sacha – Inglés

Twitter profile for Fundación Jatun Sacha (@JatunSachaOrg). The profile includes the organization's name, handle, bio, and statistics (31 tweets, 143 followers, 56 following). It also displays three recent tweets from March 12, 2012, regarding a volunteering event at the Manchester Museum.

Jatun Sacha
@JatunSachaOrg

We are a charity that needs your help! Come to our conservation projects in Galapagos, the Andes and the Amazon.
europeanvolunteers@jatunsacha.org
Manchester • jatunsacha.org

31 TWEETS | 143 SIGUIENDO | 56 SEGUIDORES

Jatun Sacha @JatunSachaOrg 07 Mar 12
@manchesterconfidential Pls RT Jatun Sacha will be at the Manchester Museum 13/03 at 12pm explaining about the volunteering in South America

Jatun Sacha @JatunSachaOrg 07 Mar 12
Would you like to have more information about #volunteering in the #Raiforest? #Machester Museum Tues 13th at 12


Jatun Sacha @JatunSachaOrg 07 Mar 12
@CityLifeManc Pls RT free event about volunteering at the Manchester Museum Tues 13th at 12

Figura 22: Twitter Fundación Jatun Sacha- Inglés

Fuente: Jatun Sacha /Twitter Internet

Twitter Fundación Jatun Sacha- Español

< @jatunsacha



Jatun Sacha
@jatunsacha

Fundación Jatun Sacha es una organización no Gubernamental sin fines de lucro, ecuatoriana, privada.
jatunsacha@jatunsacha.org
QUITO Ecuador • jatunsacha.org

0 TWEETS	9 SIGUIENDO	30 SEGUIDORES
-------------	----------------	------------------

@jatunsacha no ha twitteado todavía.


Siguiendo

Seguidores

Favoritos

Listas

A quién seguir

 Galletas Amor®

Twittear a Jatun Sacha

Figura 23: Twitter Fundación Jatun Sacha-- Español

Fuente: Jatun Sacha /Twitter Internet

Facebook Fundación Jatun Sacha

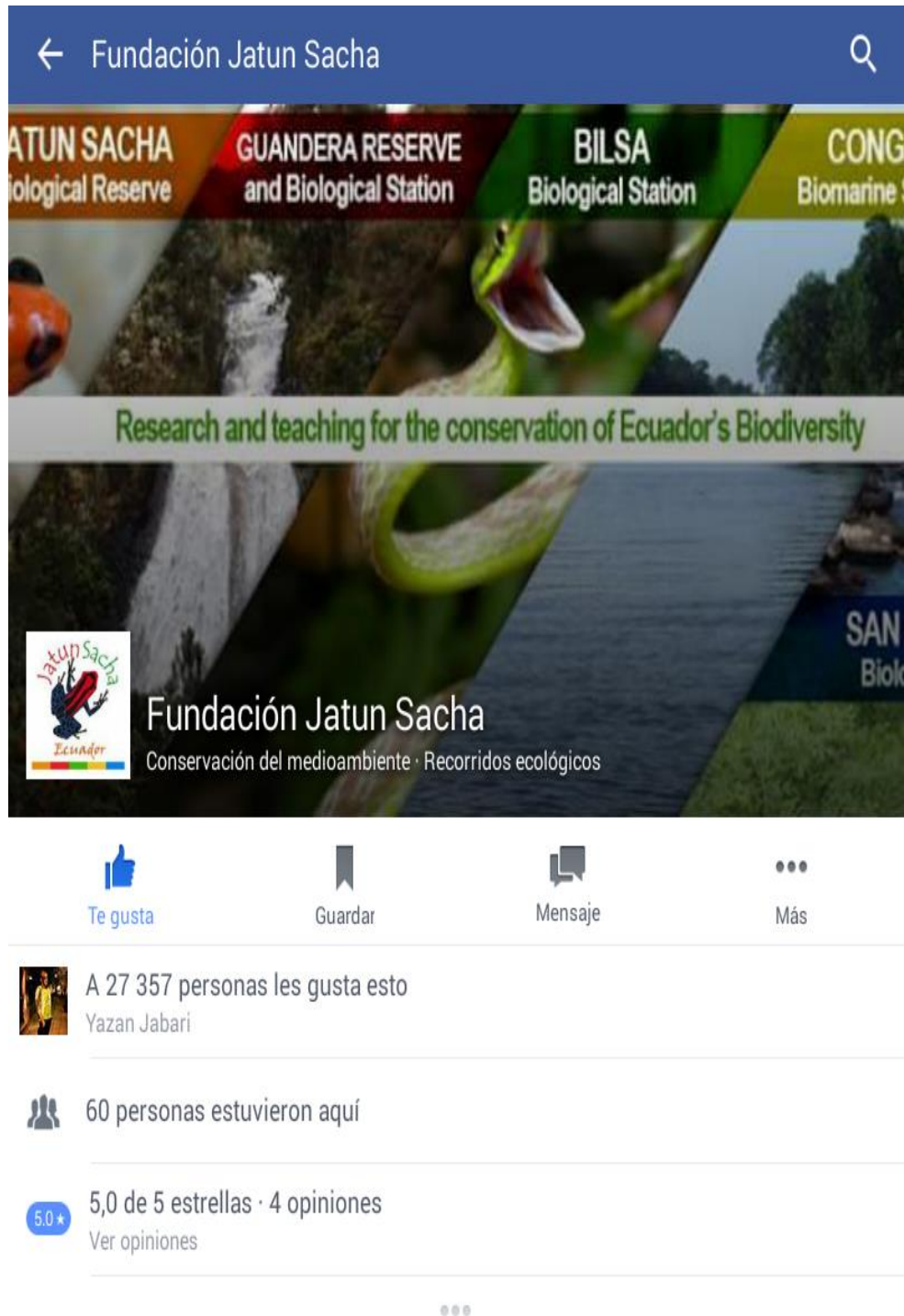


Figura 24: Facebook Fundación Jatun Sacha

Fuente: Jatun Sacha /Facebook Internet

Página Web- Fundación Jatun Sacha



Figura 25: Página Web Fundación Jatun Sacha.

Fuente: Jatun Sacha /Página Web.

5.6.6. Fidelidad del cliente interno – voluntarios: asignación y diseño de un espacio exclusivo de los voluntarios, bajo su propio concepto de diseño de interior y de baja inversión bajo la práctica de reciclaje.

En este punto los voluntarios deberán utilizarán materiales reciclados, como cajas de madera, llantas, cartones, etc. creando muebles como anaqueles, mesas, sillas, únicamente usando materiales reciclados, para de esta manera acoplar su espacio en la reserva de manera única y especial, este material puede ser traído por los voluntarios o percibido de las donaciones de empresas.

Con esta actividad los voluntarios generarán sentido de pertenencia y hogar en un espacio propio, creado por el trabajo en equipo. Este lugar será exclusivo de los pasantes, donde podrán relajarse, expresarse y sentirse más cómodos frente a las carencias y presiones propias de permanecer en sitios remotos y privados de ciertos servicios como son las reservas.

Presupuesto:

Tabla 19
Actividad 5

ACTIVIDAD 5							
Item	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Adecuaciones					\$ 797,50	\$ 797,50	
Goma	Annual	Unidad	25	\$ 4,00	\$ 100,00		
Cartulinas	Annual	Unidad	1000	\$ 0,08	\$ 80,00		
Pintura	Annual	Unidad	15	\$ 4,50	\$ 67,50		
Cinta adhesiva	Annual	Unidad	50	\$ 0,50	\$ 25,00		
Pinceles	Annual	Unidad	25	\$ 5,00	\$ 125,00		
Tablas de madera	Annual	Unidad	100	\$ 1,00	\$ 100,00		
Cartones	Annual	Unidad	150	\$ 1,50	\$ 225,00		
Botella	Annual	Unidad	500	\$ 0,15	\$ 75,00		
Flete por reserva	Semestral	Unidad	5	\$ 100,00	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
TOTAL			1870	\$ 116,73	\$ 1.797,50	\$ 797,50	\$ 1.000,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Muebles reciclados



Figura 26: Muebles reciclados

Fuente: Internet

<http://intlimg.demandmedia.com/DM->

[Resize/photos.demandstudios.com/27/27/fotolia_647319_XS.jpg?w=424&h=200&keep_ratio=1](http://photos.demandstudios.com/27/27/fotolia_647319_XS.jpg?w=424&h=200&keep_ratio=1)

Muebles reciclados 2



Figura 27: Muebles reciclados 2

Fuente: Internet

<http://www.casasrestauradas.com/wp-content/uploads/2013/03/Cajas-fruta-recicladas.jpg>

Muebles reciclados 3



Figura 28: Muebles reciclados 3

Fuente: Internet

<https://gerenciared.files.wordpress.com/2012/02/mue.jpg>

Muebles reciclados 4



Figura 29: Muebles reciclados 4

Fuente: Internet

http://azu1.facilisimo.com/ima/i/3/b/cb/am_142990_6621614_463053.jpg

5.6.7. Crear el proyecto “Apadrina a un Gigante Verde”: Programa generador de recursos para la sustentación de operaciones

Al crear el proyecto Apadrina a un Gigante Verde comprende el cuidado de los árboles más viejos, tradicionales o exóticos de la reserva como guardianes de la flora y fauna dependiente y que comparten su hábitad próximo, el cuidado de estos árboles es primordial, ya que con el tiempo y la explotación hace que migren aves de otras partes y eso logra que hagan sus nidos o huecos en los troncos que hace que debiliten su estructura.

Para determinar cuáles son los árboles emblemáticos, los pasantes y voluntarios con conocimientos de botánica formarán parte de un grupo auditor con el fin de crear la base de datos de los posibles árboles venerables los cuales servirán para apadrinar.

El dinero que un voluntario virtual entrega a la Fundación con una base de \$30 sirve para costear la manutención y condiciones de residencia de los guardabosques (pasantes o voluntarios) quienes tienen como objetivo el cuidado del árbol y el hábitad que mantiene, permitiendo una conciencia ambiental y preservando así el ecosistema, cuidando el equilibrio al evitar la migración de especies y la destrucción de la tierra fértil.

El voluntario que realice donaciones económicas a su reserva apadrinada, se mantendrá en contacto continuo por medio de las redes sociales, también se pretende que reciba notificaciones respecto a nuevos programas o nuevos árboles que formarán la lista de árboles venerables.

La Fundación cuenta con 5 reservas las cuales tienen un costo económico por voluntario y por día, así como su capacidad máxima de albergar voluntarios detallados así:

5.6.7.1. Costo de manutención

El costo de manutención nos refleja lo que costaría la subsistencia de cada voluntario por cada día que se quede en la reserva, así como el costo anual, en el caso de que llegue a su capacidad máxima se toma en cuenta el total de voluntarios por reserva multiplicado por el costo por día total, de esa forma obtendremos costos por día capacidad máxima y costos anuales en capacidad máxima.

Tabla 20

Costo de manutención sobre capacidad máxima

	VOLUNTARIOS	COSTO DÍA POR VOLUNTARIO	COSTO ANUAL POR VOLUNTARIO TOTAL	COSTO TOTAL DIA CAPACIDAD MÁXIMA	COSTO TOTAL CAPACIDAD MÁXIMA ANUAL
SCY	50	\$ 36,00	\$ 13.140,00	\$ 1.800,00	\$ 657.000,00
JS	50	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 1.200,00	\$ 438.000,00
BILSA	25	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 600,00	\$ 219.000,00
GUANDERA	30	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 720,00	\$ 262.800,00
CONGAL	16	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 384,00	\$ 140.160,00
TOTAL	171	\$ 132,00	\$ 48.180,00	\$ 4.704,00	\$ 1.716.960,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 21

Costo de manutención sobre capacidad actual.

	VOLUNTARIOS	COSTO DÍA POR VOLUNTARIO	COSTO ANUAL POR VOLUNTARIO TOTAL	COSTO TOTAL CAPACIDAD MÁXIMA ANUAL
SCY	22	\$ 36,00	\$ 13.140,00	\$ 291.270,00
JS	5	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 41.610,00
BILSA	3	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 26.280,00
GUANDERA	1	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 11.680,00
CONGAL	2	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 19.710,00
TOTAL	34	\$ 132,00	\$ 48.180,00	\$ 390.550,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Promedio actual de voluntariado

Tabla 22

Capacidad instalada actual.

	SCY	JS	BILSA	GUANDERA	CONGAL
	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS
ENERO	23	7	2	1	5
FEBRERO	40	13	6	4	9
MARZO	26	7	3	4	2
ABRIL	24	4	2	3	3
MAYO	67	5	9	1	3
JUNIO	20	9	4	3	2
JULIO	20	8	2	0	0
AGOSTO	25	1	6	0	2
SEPTIEMBRE	12	1	1	0	0
OCTUBRE	7	2	1	0	1
NOVIEMBRE	1	0	0	0	0
DICIEMBRE	1	0	0	0	0
Promedio Mes	22	5	3	1	2

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Al relacionar la capacidad máxima que tienen las reservas analizando el año 2014, no se cubrió el 100%, por ese motivo se tomará medidas estratégicas con el propósito de aumentar la participación del voluntariado, incrementando las campañas de difusión tanto nacional como internacional.

El voluntario extranjero es el único que paga por realizar este tipo de actividades, es por eso que queremos fomentar la participación de estudiantes Universitarios en la Ciudad de Quito, con el fin de cubrir el mantenimiento de las reservas, con un nuestro plan semestral de 60% a la capacidad de las reservas.

Tabla 23

Incrementos pasantes propuestos al 60%

	SCY	JS	BILSA	GUANDERA	CONGAL
	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS	VOLUNTARIOS
ENERO	37	11	3	2	8
FEBRERO	64	21	10	6	14
MARZO	42	11	5	6	3
ABRIL	38	6	3	5	5
MAYO	107	8	14	2	5
JUNIO	32	14	6	5	3
JULIO	32	13	3	0	0
AGOSTO	40	2	10	0	3
SEPTIEMBRE	19	2	2	0	0
OCTUBRE	11	3	2	0	2
NOVIEMBRE	2	0	0	0	0
DICIEMBRE	2	0	0	0	0
Promedio Mes	35	8	5	2	4

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.7.2. Costo de manutención propuesta

Se tomo en cuenta el total de voluntarios conseguidos anualmente de la propuesta, para obtener los costos totales anuales de manutencion con la propuesta.

Tabla 24

Costo de manutención sobre capacidad Propuesta a cumplir

	VOLUNTARIOS MES	COSTO DÍA POR VOLUNTARIO	COSTO ANUAL POR VOLUNTARIO TOTAL	COSTO TOTAL CAPACIDAD MÁXIMA ANUAL
SCY	35	\$ 36,00	\$ 13.140,00	\$ 466.032,00
JS	8	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 66.576,00
BILSA	5	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 42.048,00
GUANDERA	2	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 18.688,00
CONGAL	4	\$ 24,00	\$ 8.760,00	\$ 31.536,00
TOTAL	54	\$ 132,00	\$ 48.180,00	\$ 624.880,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Reservas

Estación Biológica Jatun Sacha



Figura 30: Estación biológica

Fuente: Internet /pagina Web Fundación Jatun Sacha.

Estación Biológica Jatun Sacha- Voluntarios



Figura 31: Estación Biológica - Voluntarios

Fuente: Internet /pagina Web Fundación Jatun Sacha.

Tabla 25

Apadrinamiento de árboles emblemáticos.

	PROPUESTA A CONSEGUIR +60% MES	COSTO MANUTENCIÓN AÑO RESERVA PROPUESTO	COSTO MÍNIMO DE APADRINAMIENTO	NUMERO DE APORTES AÑO	COSTO MANUTENCIÓN AÑO RESERVA ACTUAL	META APADRINAMIENTO 37% INGRESOS META	APORTES META
SCY	35	\$ 466.032,00	\$ 30,00	15534	\$ 291.270,00	\$ 172.431,84	5748
JS	8	\$ 66.576,00	\$ 30,00	2219	\$ 41.610,00	\$ 24.633,12	821
BILSA	5	\$ 42.048,00	\$ 30,00	1402	\$ 26.280,00	\$ 15.557,76	519
GUANDERA	2	\$ 18.688,00	\$ 30,00	623	\$ 11.680,00	\$ 6.914,56	230
CONGAL	4	\$ 31.536,00	\$ 30,00	1051	\$ 19.710,00	\$ 11.668,32	389
TOTAL		\$ 624.880,00		20829	\$ 390.550,00	\$ 231.205,60	7707
				%COBERTURA ACTUAL DE COSTO		63%	

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 26

Recursos necesarios

	necesidad real voluntarios mes	voluntarios actuales promedio mes	propuesta a conseguir +60% mes	costo manutención / voluntario año	costo actual manutención año reserva	costo manutención año reserva propuesto
SCY	50	22	35	\$ 13.140,00	\$ 291.270,00	\$ 466.032,00
JS	50	5	8	\$ 8.760,00	\$ 41.610,00	\$ 66.576,00
BILSA	25	3	5	\$ 8.760,00	\$ 26.280,00	\$ 42.048,00
GUANDERA	30	1	2	\$ 8.760,00	\$ 11.680,00	\$ 18.688,00
CONGAL	16	2	4	\$ 8.760,00	\$ 19.710,00	\$ 31.536,00
TOTAL	171	34	54	\$ 48.180,00	\$ 390.550,00	\$ 624.880,00
			60%			

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.8. Crear el programa “Siembra un Pulmón”: Financiamiento de operaciones

Este programa comprende que un voluntario ya sea virtual o presencial pueda ser parte de un cambio ambiental al decidir comprar un árbol para

sembrarlo, no es necesario que la persona esté presente puede hacerlo a través del internet ya que la Fundación cuenta con voluntarios universitarios que colaboran en la reforestación.

El ingreso a este programa tendrá un costo de \$10.00 por cada árbol que se siembre, la campaña se la realizara anualmente y las especies de árboles que serán sembrados corresponderán al lugar donde se encuentre la reserva con el fin de no alterar el ecosistema.

El programa de siembra un pulmón no tiene límites, ya que los voluntarios pueden adoptar el numero de árboles que deseen.

Por medio de la página web o redes sociales, se dará información de cada campaña de reforestación y se les enviará un certificado digital de compra del árbol a manera de constancia y sin valor tributario.

Esos retoños de árboles serán criados por los mismos pasantes como parte del programa de conservación, a través de la técnica de esquejes o estacas y semillas y los recursos como fundas de siembra y abonos serán gestionados por aportes de terceros y reciclaje.

Pagina web 2

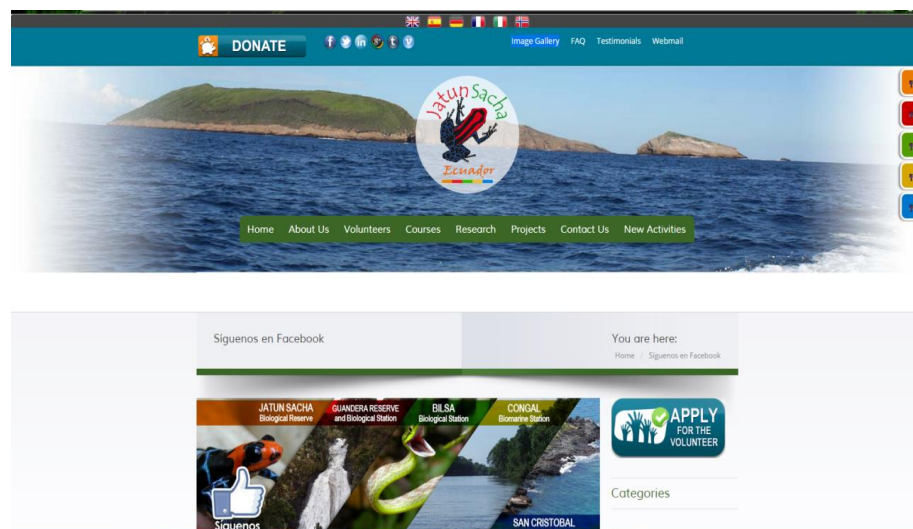


Figura 32: Página Web – Modelo

Fuente: Internet /pagina Web Fundación Jatun Sacha.

Voluntarios



Figura 33: Voluntarios

Fuente: Internet /pagina Web Fundación Jatun Sacha.

Voluntarios 2



Figura 34: Voluntarios 2

Fuente: Internet /pagina Web Fundación Jatun Sacha.

Presupuesto:

Tabla 27

Actividad 7

ACTIVIDAD 7								
Reservas	Requerimiento	Unidad de Medida	Numero de Arboles por Reserva /año	Fundas de Siembra / Año	Costo por Funda Anual	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Fundas/año					\$ 187,50			
SCY	Anual	Unidad	50	50	\$ 0,75	\$ 37,50	\$ 37,50	
JS	Anual	Unidad	50	50	\$ 0,75	\$ 37,50	\$ 37,50	
BILSA	Anual	Unidad	50	50	\$ 0,75	\$ 37,50	\$ 37,50	
GUANDERA	Anual	Unidad	50	50	\$ 0,75	\$ 37,50	\$ 37,50	
CONGAL	Anual	Unidad	50	50	\$ 0,75	\$ 37,50	\$ 37,50	
TOTAL			250	250			\$ 187,50	

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 28

Ingresos

Reservas	Número de Arboles por Reserva	COSTO APORTE	INGRESO POR RESERVA
SCY	50	10	\$ 500,00
JS	50	10	\$ 500,00
BILSA	50	10	\$ 500,00
GUANDERA	50	10	\$ 500,00
CONGAL	50	10	\$ 500,00
TOTAL	250	50	\$ 2.500,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.6.9. Programa de reconocimiento a mérito, 1 vez al año.

Cada año se hace un evento para reconocer el trabajo de los mejores voluntarios de la Fundación, para que de esta manera el voluntario se sienta a gusto con su trabajo y sienta que se reconoce su apoyo de alguna manera.

El evento de premiación se realizara una vez al año, comunicando por correo electrónico este elogio y confirmando datos para el envío físico del diploma. Para ello se considera varios puntos para decidir el mejor voluntario, el cual consta de ser un voluntario perseverante y que colabore en la difusión de la Fundación que ayuda a obtener más voluntarios siendo los creadores de grupos.

Tabla 29

Evaluación del voluntario

FUNDACIÓN JATUN SACHA					
NOMBRE DEL VOLUNTARIO:					
FECHA:					
RESERVA:					
EVALUACIÓN DEL VOLUNTARIO					
VARIABLES DE EVALUACIÓN	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
RESPECTO					
PROTEGER ANIMALES Y VEGETACION					
COLABORADOR Y PARTICIPATIVO					
LOGRAR SER LIDER DE GRUPO					
MOTIVAR A SUS COMPAÑEROS					
SER DIFUSOR DE LA MARCA JATUN SACHA					
REALIZA ACITIVIDADES COMUNITARIAS					
HONESTIDAD					
COMPAÑERISMO					
INVESTIGACION ECOLOGICA					
APOYO A LA GESTION					

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Se reconocerá y se dará una insignia a los mejores voluntarios de acuerdo a cada área de apoyo, de acuerdo a su labor prestada se toma como a los mejores a 10 personas anualmente.

De la misma manera se publicará en redes dicha premiación y los electos al reconocimiento.

Medalla



Figura 35: Medalla

Fuente: Gráfico de Word Microsoft

Diploma

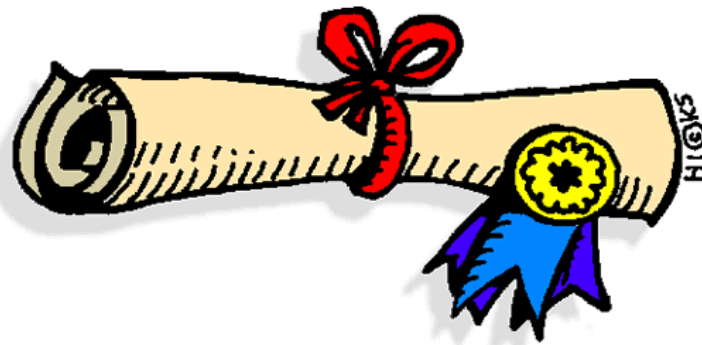


Figura 36: Diploma

Fuente: Gráfico de Word Microsoft

Presupuesto:

Tabla 30

Actividad 8

ACTIVIDAD 8							
Tipo	Requerimiento	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Medalla	Anual	Unidad	10	\$ 15,00	\$ 150,00		\$ 150,00
Diploma	Anual	Unidad	10	\$ 5,00	\$ 50,00		\$ 50,00
Curier	Anual	Unidad	10	\$ 5,00	\$ 50,00		\$ 50,00
TOTAL					\$ 250,00	\$ 0,00	\$ 250,00

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.7. Análisis financiero

5.7.1. Fuente de financiamiento

En la Fundación Jatun Sacha, al ser una organización sin fines de lucro, sus recursos son obtenidos por medio de donaciones de voluntarios extranjeros en su mayoría, esto ayuda al manejo de sus reservas, ya que en la actualidad no tiene apoyo de entidades Gubernamentales.

5.7.1.1. Financiamiento Interno

Actualmente la Fundación obtiene recursos propios en un 30%, los cuales se generan por sus reservas, estas reservas constan de viviendas las cuales son alquiladas por el público en general y de esa forma con el cobro de su ingreso y su habitación pueden obtener recursos para mantener el funcionamiento.

En la actualidad se trabaja en un programa de sostenibilidad de producción de aceite natural que ayuda a las curaciones de cortaduras, este tipo de aceite está en proceso de abrir mercado, para que la Fundación sea autosustentable al 70%.

5.7.1.2. Financiamiento terceros

Los recursos obtenidos en un 70% son provenientes de donaciones a través de sus voluntarios tanto nacionales como extranjeros, esos recursos no suelen ser en su totalidad en efectivo si no en propiedades que adquieren en el Ecuador para donarlas a la Fundación, por ello existen varias maneras que obtienen ingresos.

5.7.2. Detalle de ingresos de actividades continuas

Tabla 31

Total de costos

Tipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Financiamiento Propio	Financiamiento Terceros
Papel	20	\$ 4,75	\$ 95,00	\$ 95,00	
Impresiones Diseño de imagen	200	\$ 0,35	\$ 70,00	\$ 70,00	
Diseñador grafico	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Inscripcion del logo	1	\$ 63,80	\$ 63,80		\$ 63,80
Gestion Administrativa	47	\$ 4,00	\$ 2.256,00	\$ 2.256,00	
Certificados	100	\$ 5,00	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
Capitaciones (capacitador y materiales)	5	\$ 60,00	\$ 600,00		\$ 600,00
Carta de presentacion de la fundacion	300	\$ 5,00	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00
Transporte presentacion de la fundacion.	60	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 300,00	
Arriendo Locales con implementos de capacitacion	0	\$ -	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00	
Tiempo en llamada 130	7	\$ 0,14	\$ 36,40	\$ 36,40	
CONTACTOS EFECTIVOS VISITA	30	\$ 6,00	\$ 360,00	\$ 360,00	
Contrato de medios para desarrollo	0	\$ -	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Derecho IP pagina Web	1	\$ 120,00	\$ 120,00		\$ 120,00
Internet Banda ancha	12	\$ 50,00	\$ 600,00		\$ 600,00
Adecuaciones	0	\$ -	\$ 797,50	\$ 797,50	
Flete por reserva	5	\$ 100,00	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
Manutencion voluntarios	0	\$ -	\$ 390.550,00	\$ 390.550,00	
Fundas/año	0	\$ -	\$ 187,50	\$ 187,50	
Medalla	10	\$ 15,00	\$ 150,00		\$ 150,00
Diploma	10	\$ 5,00	\$ 50,00		\$ 50,00
Curier	10	\$ 5,00	\$ 50,00		\$ 50,00
COSTO TOTAL AÑO			\$ 418.186,20	\$ 411.552,40	\$ 6.633,80

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 32

POA sin financiamiento

		POA SIN FINANCIAMIENTO														
Código	Actividades	MESES												Costo Anual		
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre			
ACT 1	Rediseño de imagen corporativa.														\$	-
	Papel	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$	95,00
	Impresiones	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$	70,00
	Diseñador grafico	\$ 100,00													\$	100,00
	Inscripcion del logo	\$ 63,80													\$	63,80
	Gestion Administrativa	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$	2.256,00
ACT 2	Alianzas estratégicas con universidades.														\$	-
	Certificados	\$ 500,00						\$ 500,00							\$	1.000,00
	Capacitaciones a Estudiantes	\$ 300,00						\$ 300,00							\$	600,00
	Carta de presentacion de la fundacion	\$ 1.500,00						\$ 1.500,00							\$	3.000,00
	Transporte presentacion de la fundacion.	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$	300,00
	Ariendo Locales con implementos de capacitacion	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$	15.600,00
ACT 3	Alianzas estratégicas con Empresas														\$	-
	Tiempo en llamada 130	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$	36,40
	CONTACTOS EFECTIVOS VISITA	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$	360,00
ACT 4	Voluntarios virtuales: gestión de redes sociales para PROMOVER LA MARCA JATUN SACHA, SUS programas y fomentar Voluntariado Juvenil.														\$	-
	Contrato de medios para desarrollo	\$ 1.200,00													\$	1.200,00
	Derecho IP pagina Web	\$ 120,00													\$	120,00
	Internet Banda ancha	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$	600,00
ACT 5	Fidelidad del cliente interno – voluntarios: asignación y diseño de un espacio exclusivo de los voluntarios, bajo su propio concepto de diseño de interior y de baja inversión bajo la práctica de reciclaje.														\$	-
	Adecuaciones	\$ 797,50													\$	797,50
	Flete por reserva	\$ 500,00						\$ 500,00							\$	1.000,00
ACT 6	Crear el proyecto "Apadrina a un gigante verde": Programa generador de recursos para la sustentación de operaciones														\$	-
	Manutencion voluntarios	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$	390.550,00
	SCY	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$	24.272,50
	JS	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$	3.467,50
	BILSA	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$	2.190,00
	GUANDERA	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$	973,33
	CONGAL	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$	1.642,50
ACT 7	Crear el programa "Siembra un Pulmón": Financiamiento de operaciones														\$	-
	Fundas para plantar árbol	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$	187,50
ACT 8	Programa de reconocimiento a merito, 1 vez al año.														\$	-
	Medalla	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$ 12,50	\$	150,00
	Diploma	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$	50,00
	Curier	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$ 4,17	\$	50,00
	TOTAL	\$ 71.819,21	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 69.537,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$ 66.737,91	\$	418.186,20

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Tabla 33

POA con financiamiento

POA CON FINANCIAMIENTO														
Código	Actividades	MESES												Costo Anual
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
ACT 1	Rediseño de imagen corporativa.													\$ -
	Papel	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 7,92	\$ 95,00
	Impresiones	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 5,83	\$ 70,00
	Diseñador grafico	\$ 100,00												\$ 100,00
	Inscripcion del logo													\$ -
	Gestión Administrativa	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 188,00	\$ 2.256,00
ACT 2	Alianzas estratégicas con universidades.													\$ -
	Certificados							\$ -						\$ -
	Capacitaciones a Estudiantes							\$ -						\$ -
	Carta de presentacion de la fundacion							\$ -						\$ -
	Transporte presentacion de la fundacion.	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
	Ariendo Locales con implementos de capacitacion	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00
ACT 3	Alianzas estratégicas con Empresas													\$ -
	Tiempo en llamada 130	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 3,03	\$ 36,40
	CONTACTOS EFECTIVOS VISITA	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
ACT 4	Voluntarios virtuales: gestión de redes sociales para PROMOVER LA MARCA JATUN SACHA, SUS programas y fomentar Voluntariado Juvenil.													\$ -
	Contrato de medios para desarrollo	\$ 1.200,00												\$ 1.200,00
	Derecho IP pagina Web													\$ -
	Internet Banda ancha		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACT 5	Fidelidad del cliente interno – voluntarios: asignación y diseño de un espacio exclusivo de los voluntarios, bajo su propio concepto de diseño de interior y de baja inversión bajo la práctica de reciclaje.													\$ -
	Adecuaciones	\$ 797,50												\$ 797,50
	Flete por reserva							\$ -						\$ -
ACT 6	Crear el proyecto "Apadrina a un gigante verde": Programa generador de recursos para la sustentación de operaciones													\$ -
	Mamutencion voluntarios	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 32.545,83	\$ 390.550,00
	SCY	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50	\$ 24.272,50
	JS	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50	\$ 3.467,50
	BILSA	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00	\$ 2.190,00
	GUANDERA	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33	\$ 973,33
	CONGAL	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50	\$ 1.642,50
ACT 7	Crear el programa "Siembra un Pulmón": Financiamiento de operaciones													\$ -
	Fundas para plantar árbol	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 15,63	\$ 187,50
ACT 8	Programa de reconocimiento a merito, 1 vez al año.													\$ -
	Medalla		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Diploma		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Curier		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	TOTAL	\$ 68.764,58	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 66.667,08	\$ 411.552,40

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

5.7.3. Flujo de efectivo

Tabla 34

Flujo de efectivo

FUNDACION JATUN SACHA	
Expresado en miles	
INGRESOS	\$ 624.255,60
Meta apadrinamiento 37% INGRESOS META	\$ 231.205,60
Costo manutencion año reserva actual	\$ 390.550,00
Ingreso de siembre un pulmón	\$ 2.500,00
EGRESOS	\$ 418.186,20
Total Actividades	\$ 418.186,20
SUPERAVIT DEFICIT DEL PERIODO	\$ 206.069,40

Nota: Investigación

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Análisis Beneficio Costo

$$\text{BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{VP INGRESOS}}{\text{VP EGRESOS}} = \frac{\$ 624.255,60}{\$ 418.186,20} = \$ 1,49$$

Con el siguiente análisis podemos concluir que tendremos un resultado positivo, ya que por cada dólar invertido de la Fundación Jatun Sacha se obtendrá 0.49ctvs de rentabilidad, de acuerdo al aumento del 60% de voluntarios.

CONCLUSIONES

- Las fundaciones sin fines de lucro carecen de estrategias con el propósito de comunicar su propósito, lo que las hace deficientes en transmitir su plan de creación, lo que quieren las fundaciones, es hacerles llegar la necesidad de captar fondos necesarios para cubrir proyectos y actividades.
- La falta de conocimiento en enfocarse en un correcto estudio de mercado hace que muchas fundaciones que no lucran fracasen, al no tener un correcto manejo de sus recursos y como emplearlos de manera adecuada para transmitir la marca, así como también los recursos humanos adecuados.
- Los voluntarios en la actualidad no cuentan con un pensamiento de ayuda social, muchos jóvenes lo ven como una pérdida de tiempo, por lo que muchas universidades y colegios han empleado como requisito horas de voluntariado con el fin de ayudar a la comunidad, la falta de información respecto a los tipos de voluntariado que pueden realizar también es un requisito primordial para que tengan varias opciones de actividades.
- Las tareas que han pretendido las fundaciones para obtener recursos no han sido muy claras, porque estas fundaciones en su mayoría cuentan con apoyo de empresas privadas o del exterior dependiendo del tipo de fundación, por lo que no tiene una idea clara de cómo obtener recursos sin la necesidad de emplear dinero, estas fundaciones en su mayoría se dan a conocer por redes sociales o sus páginas web.
- Los jóvenes son un potencial recurso humano, el cual deberían enfocarse las fundaciones al utilizar jóvenes universitarios con ideas frescas que contribuyan a la obtención de recursos económicos y humanos con la idea de comunicar la marca de las fundaciones sin fines de lucro, la idea es lograr que las empresas y personas en general contribuyan económica y con talento humano para realizar actividades comunitarias.

- El factor clave que se debe tener en cuenta, es que existe la predisposición de los jóvenes a colaborar a cambio de una calificación otorgada por parte de las Fundaciones y de esa forma ellos logren el propósito de las Universidades a cumplir el requisito de ciertas horas sociales y laborales.

- La educación ha mejorado con el tiempo al hacer a la persona más humana, las empresas en la actualidad están conscientes del daño que causan al ambiente, lo que se pretende es que ellos utilicen una fracción de sus ganancias en ayuda social, de esa forma lograr la satisfacción de la persona, al saber que a pesar del daño causado fomentan a recuperar el ecosistema.

- Las fundaciones piensan en mejorar continuamente sus campañas publicitarias para obtener recursos, han utilizado páginas web, así como redes sociales y medios televisivos y radiales haciendo conciencia y educando del daño que ha hecho el hombre en la tierra y de la forma en cómo mejorar la imagen del ecosistema.

- Es primordial que una fundación sin fines de lucro tenga en cuenta hacia qué sector quiere enfocarse, la idea es tomar medidas para obtener donaciones con mayor facilidad, en el caso de una fundación ecológica debe guiarse por las empresas privadas que empleen recursos de explotación y venta de productos no renovables.

- Utilizar herramientas nuevas como el uso de PayPal, Tarjetas de crédito, Giros, etc., que sean una manera más eficiente de obtener recursos sin la necesidad de que la persona tenga que acercarse de forma personal, esto ayuda al voluntario extranjero y ahorra tiempo, de esa forma involucra el entorno mundial.

- Nuestro plan es aplicar todas las donaciones obtenidas en el crecimiento sostenible de las reservas y su preservación, así como contribuir a la satisfacción de la persona por su labor lograda.

- La propuesta de aumentar la participación de voluntarios al 60% es factible económicamente, ya que de esta manera se van a incrementar los ingresos y le permitirán financiar sus proyectos.

- Con el análisis de Beneficio Costo podemos concluir que tendremos un resultado positivo, ya que por cada dólar invertido de la Fundación Jatun Sacha se obtendrá 0.49ctvs de rentabilidad para cubrir sus proyectos.

RECOMENDACIONES

- Emplear herramientas de tipos de cambio de efectivo que son de fácil acceso para la obtención de recursos del extranjero así como nacional, a través de la aprobación del director legal de la Fundación para apoyo de sus operaciones.

- Se deberá emplear nuevas tareas de apoyo con el fin de captar más recursos, mejorar las campañas de reforestación, implementar nuevos programas, enfocarse en fidelizar a los voluntarios, lograr convenios estratégicos entre empresas para lograr cumplir las actividades sin necesidad de emplear recurso propio.

- Al integrar a los voluntarios de la Fundación Jatun Sacha con las comunidades, servirá para dar apoyo en actividades relacionadas a mejorar su infraestructura o que reciban clases, ya que los recursos con los que cuentan no pueden cubrir esas necesidades de las comunidades aledañas, los recursos que se emplean son solo para el cuidado ambiental, pero estos voluntarios pretenden enseñar ideas del cuidado de cultivos y cría de animales para el sustento de las comunidades.

- En su mayoría las donaciones se obtienen de recursos extranjeros por lo que se recomienda solicitar apoyo del Gobierno y empresas privadas, esto ahorraría tiempo y de esa forma poder cubrir las necesidades de la fundación oportunamente.

- Lograr convenios con Universidades para obtener voluntarios que contribuyan a lo social como a lo laboral, en lo social servirán para las campañas de sembrar árboles, charlas de preservación ambiental, cuidado animal y vegetal, formas de que obtengan recursos las comunidades y en lo laboral hacer que estudiantes utilicen sus conocimientos en diseño para dar a conocer a la fundación.

- Interactuar en las redes sociales lograra crear grupos de trabajo, amistad, fidelidad con los voluntarios, que conozcan el beneficio de su labor realizada, que se mantengan informados de las especies, que se informen más sobre el ambiente y el daño que se ha ocasionado.

- Aprovechar de las empresas privadas su contribución económica por el daño ocasionado por las mismas, así como incluirlas en tareas conjuntas, que haga fidelizar y sea un permanente su apoyo.

- Formar un vínculo con los voluntarios para que sean comunicadores de los programas, para obtener recursos y voluntarios, la propuesta es educar y tocar su lado sensible, hacer conciencia ambiental del valor de apadrinar un árbol o sembrar uno.

ANEXOS

Anexo 1

Edad encuesta

18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
5	15	19	20	21	12	17	13	16	8	10	9	1

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 2

Sexo encuesta

SEXO	
FEMENINO	92
MASCULINO	74

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 3

Creativa, entusiasta, motivadora

	SI	NO
CREATIVA	87	79
ENSUTIASTA	95	71
MOTIVADORA	117	49
COMPROMETIDA	131	35
AMABLE	131	35
VOLUNTARIOSAS	107	59

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 4

Le gusta ayudar

SI	119
NO	47

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 5

Trabajo en equipo

SI	107
NO	59

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 6

Detecta necesidades

SI	110
NO	56

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 7

Condición física

SI	94
NO	72

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 8

Clima

CALIDO	57
FRIO	60
HUMEDO	49

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 9

Insectos

SI	84
NO	82

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 10

Animales salvajes

SI	42
NO	67
TAL VEZ	57

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 11

Vocación

SI	104
NO	62

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 12

Actividad importante (voluntariado)

SI	110
NO	56

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

Anexo 13

Participar en voluntariado.

SI	108
NO	58

Nota: Investigación de campo

Blanca Aguirre, Gabriel Orbe

LISTA DE REFERENCIAS

- Andreasen, A. (1995)). *Marketing Social Change*.
- CES. (2014). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior*. Ecuador.
- Diario La Hora*. (2014). Obtenido de
<http://www.lahora.com.ec/index.php/movil/noticia/1000313532>
- Economía del Ecuador*. (2014). Obtenido de
<http://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuador/economia-de-ecuador.html>: <http://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuador/economia-de-ecuador.html>
- Ecuador en Cifras*. (Junio de 2015). Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-enemdu/>
- Ley de Gestión Ambiental. (2012). *Ministerio de Ambiente*. Obtenido de
<http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Ley-de-Gestio%C2%81n-Ambiental.pdf>
- Metropolitan Touring*. (2014). Obtenido de Pagina web
http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=121
- Ministerio de Ambiente*. (2014). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Fundamentos de marketing* (Octava edición ed.). México: Pearson.
- SENECYT. (2014). Artículo - Universidades del Ecuador. *SENECYT*.
- Stolton, N. D. (mayo de 2007). *Defining Protected Areas*. Obtenido de IUCN:
https://cmsdata.iucn.org/downloads/almeria_proceedings_final.pdf
- IUCN. (1998). *Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza*. Obtenido de
<http://www.iucn.org/es/>